

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN MADYA
BIDANG PENDIDIKAN TERBUKA DAN JARAK JAUH**



**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP BAURAN
PEMASARAN YANG BERPENGARUH PADA
PENINGKATAN JUMLAH MAHASISWA
PENDIDIKAN TERBUKA DAN JARAK JAUH
(STUDI KASUS CALON MAHASISWA DAN MAHASISWA
AKTIF PROGRAM NON PENDAS
UNIT PROGRAM BELAJAR JARAK JAUH BENGKULU)**

Oleh

**Drs. Rufran Zulkarnain R,M.Pd (Ketua)
Lina Asnamawati,SP (Anggota)**



**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS TERBUKA
UNIT PROGRAM BELAJAR JARAK JAUH BENGKULU
2010**



Format P015

**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN
PENELITIAN BIDANG PENDIDIKAN TERBUKA DAN JARAK JAUH
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS TERBUKA**

1. a. Judul Penelitian : Persepsi Mahasiswa terhadap Bauran Pemasaran yang Berpengaruh Pada Peningkatan Jumlah Mahasiswa Pada Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh (Studi Kasus Calon Mahasiswa dan Mahasiswa aktif Program Non Pendas Unit Program Belajar Jarak Jauh Bengkulu)
- b. Bidang Penelitian : Penelitian PTJJ
- c. Klasifikasi Penelitian : Penelitian Madya
2. Ketua Peneliti
- a. Nama Lengkap & Gelar : Drs Rufran Zulkarnain R,M.Pd
- b. NIP : 195910051985031006
- c. Golongan Kepangkatan : IVa/Lektor kepala
- d. Jabatan Akademik : Tenaga Pengajar FKIP Universitas Bengkulu
Fakultas/Unit Kerja : dpk. UPBJJ-UT Bengkulu
- Anggota
- a. Nama Lengkap & Gelar : Lina Asnamawati,SP
- b. Jabatan akademik : Tenaga Pengajar FMIPA UT dpk. UPBJJ-UT Bengkulu
- 4 a. Periode Penelitian : Maret s.d November 2010
- b. Lama Penelitian : 08 (delapan) Bulan
5. Biaya Penelitian : Rp. 20.000.000,-
- Sumber Biaya : LPPM Universitas Terbuka

Mengetahui
Kepala UPBJJ-UT Bengkulu

Drs. Rufran Zulkarnain R,M.Pd
NIP. 195910051985031006

Menyetujui
Ketua LPPM

Drs. Agus Joko Purwanto, M.Si
NIP 196605081992031003

Ketua Peneliti,

Drs. Rufran Zulkarnain R,M.Pd
NIP. 195910051985031006

Menyetujui,
Kepala PAU-PPI-UT

Dra. Trini Prastati, M.Pd
NIP 19600917 198601 2 001

KATA PENGANTAR

Universitas Terbuka (UT) salah satu Universitas yang melaksanakan sistem belajar secara jarak jauh dan terbuka. UT berusaha untuk memperbaiki mutu dan meningkatkan jumlah mahasiswa.

Peningkatan jumlah mahasiswa dengan cara melakukan promosi pada setiap unit program belajar jarak jauh universitas terbuka (UPBJJ-UT) merupakan agenda penting dalam proses peningkatan kuantitas mahasiswa. Dengan pelayanan yang bermutu dapat menggiring calon mahasiswa dan mahasiswa aktif untuk menjadikan UT sebagai Universitas yang mendukung percepatan study. Oleh karena itu, perlunya dilakukan pengkajian terhadap pengaruh persepsi terhadap strategi promosi yang berdampak peningkatan jumlah mahasiswa pada pendidikan terbuka jarak jauh, khususnya UPBJJ-UT Bengkulu

Semoga penelitian ini, dapat bermanfaat sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Bengkulu, Agustus 2011
Ketua Peneliti



Drs. Rufran Zulakrnain R,M.Pd
NIP. 195910051985031006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Penjelasan Istilah Operasional	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Promosi	7
2.2 Pemasaran Jasa	9
2.3 Konsep Persepsi	10
2.4 Pelayanan	11
2.6 Penelitian Terdahulu	13
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Kerangka Analisis	18
3.2 Metode Penelitian	19
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Teknik Analisis Data	20
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	22
5.1 Uji Validitas	22
5.2 Hasil Uji Realibilitas Kuisisioner	24
5.3 Analisis Deskriptif	26
5.4 Analisi Terhadap Variabel Pengaruh Strategi Promosi	47
5.5 Pembahasan	55
BAB V. KESIMPULAN	58
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Penelitian	32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Pengukuran Pengaruh Persepsi.....	20
Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Program Non Pendas	47
Tabel 3 Persepsi Responden terhadap Pelayanan Registrasi	48
Tabel 4 Persepsi Responden terhadap Pelayanan Ujian	49
Tabel 5 Persepsi Responden terhadap Layanan Administrasi Akademik	50
Tabel 6 Persepsi Responden terhadap Fasilitas Teknologi.....	51
Tabel 7 Persepsi Responden terhadap Pelayanan	52
Tabel 8 Persepsi Responden terhadap Pembiayaan Perkuliahaan di UT.....	53
Tabel 9 Persepsi Responden terhadap Penyelenggaraan Pelayanan di UT	53
Tabel 10 Persepsi Responden terhadap Promosi di UT.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Curriculum Vitae Ketua Peneliti.....	85
Lampiran 2 Curuculum Vitae Ketua Peneliti	89
Lampiran 3 Kuisisioner	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 . Latar Belakang

Universitas Terbuka (UT) merupakan universitas yang menerapkan sistem belajar jarak jauh yang memiliki tiga komponen utama yang mempengaruhi kualitas pembelajaran. Ketiga komponen tersebut meliputi bahan ajar, komponen pelayanan mahasiswa dan komponen pengujian. Ketiga komponen ini menentukan proses belajar dalam sistem pendidikan jarak jauh.

Universitas Terbuka merupakan perguruan tinggi yang bergerak dalam bidang jasa. Menurut Yazid (2008) dewasa ini berbagai perubahan faktor lingkungan yang mempengaruhi perkembangan sektor jasa. Adapun faktor lingkungan tersebut adalah: konsumen, pesaing, teknologi-inovasi, globalisasi, ekonomi, pemerintah dan sosial budaya. Diantara faktor lingkungan tersebut, maka perkembangan teknologi (informasi dan komunikasi) oleh banyak kalangan dikatakan sebagai faktor lingkungan yang paling banyak mempengaruhi sektor jasa. Selain itu meningkatnya sektor jasa juga dipicu beberapa faktor pendorong yaitu: meningkatnya tuntutan konsumen terhadap kualitas, pengurangan biaya, pelayanan jasa, konsumen internal. Perkembangan sektor jasa kedepan akan menunjukkan pertumbuhan signifikan karena adanya perkembangan teknologi internet, digitalisasi dan komunikasi sehingga jarak bukan merupakan kendala karena komunikasi dan informasi dapat dijalin melalui click mouse.

Mengikuti pola pikir yang berlaku sekarang, suatu universitas akan terus berusaha untuk meningkatkan jumlah mahasiswa untuk dapat terus berkembang, mempertahankan posisinya dari ancaman para pesaing, dan juga untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini biasanya dicapai dengan cara menambah jumlah mahasiswa. Akan tetapi, menarik mahasiswa baru bukanlah hal yang mudah, karena universitas harus melakukan upaya pemasaran yang terpadu dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada. Selain itu, upaya promosi menarik mahasiswa baru juga tidak murah, karena universitas harus mengeluarkan biaya untuk promosi dan lain-lain. Selain menambah mahasiswa baru, untuk meningkatkan jumlah mahasiswa, universitas harus bisa mempertahankan jumlah mahasiswa yang telah ada. Sehingga dengan kondisi persaingan antar Universitas

yang demikian, Universitas Terbuka harus terus meningkatkan jumlah mahasiswa baik mempertahankan mahasiswa yang ada maupun meningkatkan jumlah mahasiswa baru

Akhir-akhir ini, kita sering membaca spanduk universitas di mana-mana dengan retorika pemasaran keunggulan, yang menerangkan keberhasilan suatu universitas. Dalam era global dan pasar bebas sekarang ini, dunia pendidikan ikut terpengaruh dalam suasana kompetitif. Hal ini ditunjukkan dengan upaya-upaya kreatif dan inovatif para pelaku pendidikan untuk terus menggali “keunikan dan keunggulan” masing-masing universitas agar dibutuhkan dan diminati oleh masyarakat pemakai jasa pendidikan. Masuknya universitas-universitas unggulan berkurikulum internasional dan Universitas negeri/swasta yang menawarkan keunggulan fasilitas, bahkan dengan biaya yang relatif terjangkau, menambah maraknya persaingan dunia pendidikan. Kegiatan marketing/pemasaran dalam dunia pendidikan yang dulu dipandang tabu karena berbau bisnis dan cenderung *profit oriented* sekarang sudah dilaksanakan secara terbuka dan terang-terangan.

Pola kompetisi pasar mengharuskan para pelaku dunia pendidikan berlomba-lomba berkompetisi untuk membawa universitas masing-masing mendekat kepada ‘*target market*’ dengan berbagai upaya promosi. Telah banyak Universitas yang belakangan ini mulai merasakan dampak ketatnya persaingan tersebut. Hal nyata menurunnya animo pendaftar, bahkan di beberapa universitas terjadi penurunan jumlah mahasiswa yang diterima secara drastis akibat semakin banyaknya tersedia alternatif pilihan Universitas dengan keunggulan masing-masing.

Bila Universitas Terbuka tidak memiliki strategi pemasaran yang jelas dan bagus maka, akan tergilas menjadi korban hukum pasar dunia pendidikan. Fenomena Universitas Terbuka yang menyelenggarakan pendidikan secara jarak jauh masih dipandang sulit lulus, kebijakan pemerintah yaitu berkaitan memberikan izin beberapa perguruan tinggi yang boleh membuka kelas jauh, hal ini yang membuat UT makin berat untuk bersaing dalam dunia pendidikan.

Kebutuhan akan strategi promosi yang kreatif untuk meraih pasar menjadi kebutuhan UT, khususnya untuk unit program belajar jarak jauh yang berjumlah 37 UPBJJ, termasuk UPBJJ-UT Bengkulu. Diberbagai UPBJJ telah menunjukkan

penurunan jumlah mahasiswa program Non pendas. Rekapitulasi mahasiswa non pendas UPBJJ Bengkulu tahun 2009 terlihat bahwa mahasiswa aktif Non Pendas masa ujian 2009.2 sebanyak 725 mahasiswa, sedangkan mahasiswa yang registrasi 425 mahasiswa (prosentase 58,62%).

Sedangkan keseluruhan dari seluruh UPBJJ-UT dan mahasiswa yang ada di luar negri pada masa ujian 2009.2 jumlah mahasiswa aktif 89.819.000, jumlah mahasiswa registrasi sebanyak 52.149.000 (prosentase hanya 58.06%). Kondisi tersebut sungguh memperihatinkan, untuk itu manajemen pemasaran UT yang masih harus diperbaiki, khususnya kegiatan promosi bukan saja diperuntukkan untuk calon mahasiswa, tetapi juga mahasiswa perlu diberikan pelayanan yang baik, sehingga mahasiswa terus melanjutkan kuliah sampai selesai.

Menurut Rangkuti (2008) terdapat cara yang lebih baik guna meningkatkan pendapatan, adalah dengan meningkatkan volume penjualan perusahaan tanpa menambah jumlah konsumen yaitu dengan memanfaatkan konsumen yang sudah dimiliki sekarang. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan kesetiaan (loyalitas) para konsumen. Mempertahankan konsumen yang ada jauh lebih murah dari pada menarik konsumen baru, sehingga dengan mempertahankan para konsumen yang sudah ada dan merubah mereka menjadi konsumen yang setia (loyal) pada merek perusahaan, maka perusahaan akan mengalami peningkatan penjualan yang dibarengi dengan penurunan biaya promosi sehingga hasil akhirnya adalah pendapatan yang meningkat.

Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Kotler (2001) mendefinisikan *paseagi sup roe* perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi serta distribusi sejumlah barang dan jasa, untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Selanjutnya menurut Kotler (2006) pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang berniali dengan pihak lain.

Dengan kondisi persaingan yang begitu pesat untuk meningkatkan jumlah mahasiswa maupun mempertahankan jumlah mahasiswa yang aktif, khususnya

program Non Pendas, karena pada saat ini UT sedang mengencarkan peningkatan jumlah mahasiswa program non pendas. Sehingga menjadi hal yang sangat menarik untuk mengkaji strategi promosi yang dilakukan oleh Universitas Terbuka sebagai Perguruan Terbuka Jarak Jauh, khususnya UPBJJ-UT Bengkulu bahwa persepsi mahasiswa terhadap bauran pemasaran berpengaruh peningkatan jumlah mahasiswa pada Pendidikan Terbuka Jarak Jauh, studi kasus pada calon mahasiswa dan mahasiswa aktif program non pendas UPBJJ-UT Bengkulu.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana persepsi mahasiswa aktif program non pendas terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh UPBJJ-UT Bengkulu?
- b. Bagaimana persepsi calon mahasiswa program non pendas terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh UPBJJ-UT Bengkulu?
- c. Apakah persepsi mahasiswa terhadap bauran pemasaran dapat berpengaruh peningkatan jumlah mahasiswa program Non Pendas UPBJJ-UT Bengkulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui persepsi mahasiswa aktif terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh UPBJJ-UT Bengkulu
- b. Mengetahui persepsi mahasiswa aktif terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh UPBJJ-UT Bengkulu
- c. Mengetahui persepsi mahasiswa terhadap bauran pemasaran dapat berpengaruh peningkatan jumlah mahasiswa program Non Pendas UPBJJ-UT Bengkulu.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu :

1. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai seberapa besar pengaruh pemasaran terhadap keputusan mahasiswa dan calon mahasiswa untuk melanjutkan kuliah di Universitas Terbuka
2. Memberi masukan pada Universitas Terbuka khususnya UPBJJ Bengkulu dalam hal memasarkan Universitas Terbuka
3. Memberikan sumbangan pikiran atau referensi bagi Universitas Terbuka untuk menentukan suatu kebijakan dalam hal meningkatkan jumlah mahasiswa

1.5. Penjelasan Istilah Operasional

Beberapa istilah yang perlu dijelaskan secara operasional tersebut adalah

a. Persepsi

diartikan sebagai tanggapan mahasiswa atas pernyataan-pernyataan tentang strategi promosi yang telah dilakukan

b. Mahasiswa Aktif

Mahasiswa UT merupakan mahasiswa yang terdaftar kuliah di universitas terbuka baik yang melakukan registrasi ataupun tidak registrasi ulang pada tahun 2010

c. Calon Mahasiswa

masyarakat yang berkeinginan atau berpeluang untuk melanjutkan kuliah di Universitas Terbuka.

d. Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran berkaitan dengan bauran pemasaran bergantung pada empat komponen dasar yaitu:

1)Produk

Fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh UT. Pelayanan berupa pelayanan registrasi, ujian, wisuda, pelayanan mengurus administrasi . Fasilitas Teknologi yang tersedia

2) Harga

Diartikan dalam hal costing (pembiayaan) dengan membandingkan antara pengeluaran dengan keuntungan yang akan didapat pelanggan dan pemberian pricing (harga), harga yang dimaksud adalah biaya yang dibebankan pada mahasiswa.

3) Tempat

Diartikan baik sebagai kemudahan akses dan penampilan serta kondisi keseluruhan.

4) Promosi

Hal ini berkaitan dengan kemampuan mengkomunikasikan manfaat yang didapat dari UT kepada calon mahasiswa.

e. Peningkatan Jumlah Mahasiswa

Jumlah mahasiswa baru yang mendaftar di UT dan jumlah mahasiswa aktif yang melakukan registrasi pada masa ujian 2010 lebih meningkat dibandingkan tahun sebelumnya

f. Mahasiswa Program Non Pendas

Mahasiswa Non Pendas yaitu mahasiswa yang berada pada fakultas FMIPA, FISIP, FEKON, dan FKIP (yang terdiri dari program studi Pendidikan Matematika, Pendidikan Fisika, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Kimia, Pendidikan Biologi, dan Pendidikan Ekonomi dan Koperasi)

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Promosi

Kotler (2001) menjelaskan bahwa bauran pemasaran adalah strategi produk, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju. Sedangkan menurut Rangkuti (2008) perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran dalam hal ini promosi bergantung pada empat komponen dasar yaitu:

- a. Produk adalah suatu barang, jasa atau gagasan yang dirancang untuk kebutuhan seorang konsumen
- b. Penetapan harga adalah memilih harga yang paling sesuai untuk menjualnya, kadang-kadang merupakan suatu tindakan penyeimbang.
- c. Distribusi/Pemasaran adalah menepatkan suatu produk pada outlet yang sesuai dan memerlukan kepastian mengenai sejenis aktivitas yang keseluruhannya berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk tersebut dari produsen ke konsumen
- d. Promosi adalah yang berkaitan dengan teknik-teknik menyampaikan informasi mengenai produk

Menurut Sutisna (2002) pemasaran dikenal dengan bauran komunikasi pemasaran : Seluruh jenis saluran komunikasi baik yang dibayar maupun tidak dibayar) yang tersedia bagi pemasar. Elemen-elemen komunikasi berbeda-beda kemampuan sesuai dengan jenis pesan yang dapat disampaikan dengan segmen pasar yang paling memungkinkan ditujukan untuknya.

Rangkuti (2008) pemasaran bersandar pada beberapa konsep inti:

1. Kebutuhan, keinginan dan permintaan
 - a. Kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan dan harus ada
 - b. Keinginan adalah hasrat untuk memperoleh pemuas kebutuhan yang lebih spesifik akan kebutuhan yang lebih mendalam
 - c. Permintaan adalah keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membeli
2. Produk/jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan

3. Nilai dan kepuasan merupakan konsep penuntun dalam memilih produk
4. Pertukaran dan transaksi merupakan cara-cara yang dilakukan orang dalam memperoleh produk yang diinginkan
5. Hubungan dan jaringan, merupakan praktik dilakukan perusahaan dengan pihak-pihak kunci seperti pelanggan, pemasok, penyalur
6. Pasar yang terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama.

Berkaitan dengan perilaku pembeli menurut Rangkuti (2009) perilaku pembeli harus diperhatikan dalam melakukan penjualan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

1. Faktor Budaya

Budaya didefinisikan sebagai kesatuan nilai, ide, simbol lain yang memiliki arti yang membantu individu untuk bagaimana dan kenapa harus membeli.

2. Kelas Sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota dalam masyarakat ke dalam suatu hierarki ke dalam kelas status yang berbeda

3. Faktor Pribadi yang meliputi usia, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian

4. Faktor psikologis berkaitan dengan motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap

Setiap perusahaan atau instansi pendidikan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan utama mencari laba atau keuntungan. Perusahaan atau instansi melakukan promosi dengan dengan beberapa tujuan menurut Rangkuti, 2009 tujuan promosi terdiri:

1. Modifikasi tingkah laku

Tujuan dari promosi adalah berusaha untuk mengubah tingkah laku dan pendapat individu tersebut, dari tidak menerima suatu produk menjadi setia terhadap produk

2. Membaritahu

Ditujukan untuk memberikan informasi kepada pasar yang dituju tentang pemasaran perusahaan, mengenai produk tersebut berkaitan dengan harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan dan keistimewaan

3. Membujuk

Hal ini dimaksudkan agar promosi dapat member pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli

4. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat dan dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti perusahaan mempertahankan pembeli yang ada

Sedangkan untuk sasaran pendidikan dan promosi umum dalam bidang jasa (Lovelock, 1992) yaitu:

- Menciptakan citra perusahaan tertentu dan mereknya dapat diingat
- Menumbuhkan kesadaran dan minat orang untuk mencoba jasa tersebut
- Mengajari pelanggan bagaimana menggunakan suatu jasa demi keuntungan mereka yang sebesar-besarnya
- Mengkomunikasikan kekuatan-kekuatan dan manfaat khusus merek tertentu
- Merangsang permintaan pada saat permintaan turun
- Mengurangi ketidakpastian dan anggapan resiko dengan menyediakan informasi dan saran yang berguna
- Menyediakan jaminan (misalnya, dengan mempromosikan garansi perbaikan
- Menghargai pelanggan dan karyawan yang bernilai
- Meningkatkan loyalitas dengan mendorong dan member imbalan untuk pengguna jasa yang berulang-ulang
- Mereposisi suatu jasa dalam kaitannya dengan tawaran-tawaran pesaing.

2. 2. Pemasaran Jasa

Jasa yang berbeda dengan good (produk) karena secara kasat mata tidak dapat dilihat menimbulkan berbagai permasalahan dalam mengembangkan strategi pemasaran. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2001) bahwa jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Ada enam karakteristik jasa yang perlu diperhatikan oleh

penyedia jasa yaitu *intangibility* (tidak nampak), *Perishability* (tidak dapat disimpan), *Heterogeneity* (bervariasi), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsi), *people based* (sangat tergantung pada kinerja karyawan) dan *contact customer* (hubungan dengan konsumen secara langsung). Dari definisi tersebut juga dapat digambarkan bahwa karakteristik unik yang dimiliki oleh jasa memiliki esensi utama yaitu perlunya keterlibatan secara langsung karyawan dalam delivery process, sehingga karyawan menjadi ujung tombak keberhasilan jasa dalam memuaskan pelanggan.

Adapun mengenai pemasaran jasa menurut Yazid (2008) hal lain yang perlu dilakukan Promosi pemasaran berperan bagi perusahaan jasa tidak hanya sekedar memberikan informasi penting mengenai produk jasa yang ditawarkan perusahaan, tetapi juga sangat bermanfaat untuk mempengaruhi dan membujuk konsumen untuk membeli jasa perusahaan dibanding pesaing. Untuk melakukan kegiatan promosi ini dengan optimal perusahaan jasa dapat menggunakan bauran promosi yang terdiri dari periklanan (*advertising*), Penjualan Langsung (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), PR (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), Pemasaran Langsung (*direct marketing*), dan publikasi.

2.3 Konsep Persepsi

Persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengolah dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya tergantung kepada rangsangan fisik tetapi juga proses rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan individu yang bersangkutan (Mikkelsen, 2001).

Zeithaml & Bitner (2000:74) mengemukakan bahwa persepsi adalah "suatu keinginan yang merupakan pandangan/ingatan konsumen terhadap barang atau jasa yang dipengaruhi waktu, pengalaman, informasi lain, dan sebagainya".

Assael (1995:185) mengemukakan bahwa persepsi adalah: "Proses untuk memilih, mengorganisir dan menginterpretasikan sesuatu untuk disimpan dalam ingatan. Perasaan tersebut berkenaan dengan respon yang diserap dari syaraf/sensor (mata, telinga dan hidung) yang terstimulasi berupa warna, bentuk,

suara dan penglihatan. Stimulus/rangsangan tersebut akan diinterpretasikan oleh individu atau siapapun yang dipengaruhi perasaan, kebutuhan dan pengalaman”.

Selanjutnya Rangkuti (2009) mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana individu memilih, mengorganisasikan serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna, meskipun makna dari proses persepsi tersebut juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan.

Adapun persepsi terhadap kualitas, bahwa ada dimensi layanan kualitas (Tutik Suryani, dkk., 2007) terdiri dari:

- a. Reliabilitas : kekonsistenan terhadap janji, misalnya jam buka & tutup, janji reward
- b. Ketanggapan : kecepatan dalam melayani atau merespon komplain
- c. Kompetensi : kemampuan dan ketrampilan dalam menyajikan produk / jasa
- d. Akses : kemudahan konsumen dalam menjumpai pimpinan atau staf dari perusahaan
- e. Kesopanan : sopan santun dalam pelayanan yang diberikan
- f. Kemampuan Berkomunikasi : kemampuan staf dalam bertanya atau menjawab konsumen secara tepat
- g. Kredibilitas : terkait dengan kejujuran yang memunculkan kepercayaan konsumen
- h. Keamanan : cukup mutlak dalam segala jenis usaha
- i. Lokasi, gedung, sarana-prasarana : ikut mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas

2.4 Pelayanan

Menurut Toha (1991), pelayanan diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang dan atau kelompok orang atau instansi tertentu untuk memberikan bantuan dan kemudahan kepada masyarakat dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Beberapa karakteristik pelayanan yang harus dimiliki oleh pemberi layanan diutarakan Nazir (1997), yaitu sebagai berikut:

- a. Prosedur pelayanan harus mudah dimengerti dan mudah dilaksanakan, sehingga terhindar dari prosedur birokratik yang sangat berlebihan, berbelit-belit (*time consuming*).
- b. Pelayanan diberikan secara jelas dan pasti, sehingga ada suatu kejelasan dan kepastian bagi pelanggannya dalam hal menerima pelayanan tersebut,
- c. Pemberian pelayanan senantiasa diusahakan agar pelayanan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien,
- d. Memberikan pelayanan senantiasa memberikan kecepatan waktu yang sudah ditentukan,
- e. Pelanggan setiap saat dapat dengan mudah memperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan pelayanan baik teknis maupun administrasi, pelanggan selalu diperlakukan dengan motto “ *costumer is a king and costumer is always right*”.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan, memuaskan dan bermanfaat bagi kemajuan instansi.

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan suatu perusahaan atau lembaga mengacu pada produk atau layanan yang berkualitas apabila pegawai yang melayani dapat memberikan layanan yang memuaskan yang dilandasi oleh empat elemen pokok, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan suatu kesatuan yang utuh. Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan dikatakan berkualitas apabila karyawan/staf memberikan layanan mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang mencakup, berpenampilan yang baik dan sopan, bersikap ramah dan mampu berkomunikasi dengan baik. Agar pelayanan memuaskan dan bermanfaat bagi pelanggan menurut Lovelock (1992), yang perlu diperhatikan lima prinsip untuk menyiapkan kualitas pelayanan, sebagai berikut:

- a. *Tangibles* (berwujud), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat.

- c. *Responsiveness* (tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- d. *Assurance* (keyakinan), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf sehingga para pelanggan bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.
- e. *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan keinginan untuk memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedangkan menurut Gaspersz (1997), dasar sistem kualitas moderen mempunyai ciri lima karakteristik, sebagai berikut:

- a. Berorientasi pada pelanggan
- b. Adanya partisipasi aktif yang dipimpin oleh manajemen puncak dalam proses peningkatan kualitas secara terus menerus.
- c. Adanya pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk kualitas
- d. Adanya aktivitas yang berorientasi kepada tindakan pencegahan kerusakan, bukan fokus pada upaya untuk mendeteksi kerusakan saja
- e. Adanya suatu filosofis yang menganggap bahwa kualitas merupakan “*jalan hidup*”.

Dengan demikian, dikatakan bahwa kualitas pelayanan selalu berfokus pada pelanggan. Pelayanan yang diberikan diharapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan. Menerapkan prinsip menyiapkan kualitas pelayanan sebaik mungkin perlu dilakukan untuk dapat menghasilkan kinerja secara optimal, sehingga kualitas pelayanan meningkat.

2.5 Penelitian Terdahulu

A. Strategi promosi untuk meningkatkan incoming student di jurusan peternakan Universitas Bengkulu (Santoso, 2008)

Untuk meningkatkan mutu dan jumlah calon mahasiswa yang berminat dan mendaftar pada Program Studi (PS) Produksi Ternak, Jurusan Peternakan

diperlukan berbagai upaya. Mengingat persaingan antar PS untuk mendapatkan calon mahasiswa yang bermutu semakin ketat, maka jurusan tidak lagi dapat menunggu calon mahasiswa mendaftar ke PS yang dikelola oleh jurusan Peternakan, tetapi jurusan harus proaktif mencari calon mahasiswa. Istilahnya adalah “menjemput bola”.

Dalam rangka marik minat calon mahasiswa jurusan harus selalu berubah dari hari ke hari, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Berubah ke arah kemajuan. Berubah berarti jurusan harus mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat, sehingga PS yang dikelolanya semakin diminati oleh para pengguna. Memang, harus diakui bahwa untuk senantiasa berubah merupakan hal yang tidak mudah. Akan tetapi hal ini harus dilakukan oleh jurusan, agar jurusan tetap eksis.

Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh jurusan adalah melakukan promosi secara rutin. Promosi oleh jurusan menjadi sangat penting, karena promosi yang telah dilakukan oleh universitas setiap tahunnya tidak mampu mendongkrak jumlah calon mahasiswa yang bermutu yang melirik ke PS Produksi Ternak. Bahkan dari tahun ke tahun cenderung menurun jumlah pendaftar.

Beberapa hal yang perlu dilakukan agar jurusan mengembangkan suatu konsep yaitu *entrepreneur based department*. Suatu jurusan yang mampu mengembangkan nilai-nilai kewirausahaan baik di tingkat jurusan, dosen, mahasiswa dan para lulusan. Ini akan mendukung penerapan kurikulum berbasis kompetensi.

Strategis Promosi di Jurusan Peternakan Universitas Bengkulu

- a. Sebelum promosi dilakukan sebaiknya melakukan penelitian tentang persepsi pelajar SMU dan masyarakat serta apa yang mereka inginkan. Berdasarkan hal tersebut kita memasang strategi promosi. Dari hasil penelitian ini kita dapat menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan. Kita dapat menentukan langkah prioritas. Dari penelitian kita dapat pula PS-PS yang menarik mereka, PS mana yang dibutuhkan masyarakat dll.
- b. Kembangkan Humas. Lembaga Humas harus difungsikan sesuai dengan fungsinya. Selama ini peranan Humas Unib belum dioptimalkan.

- c. Tingkatkan citra Universitas Bengkulu, Fakultas dan Jurusan di mata masyarakat.
- d. Nama Program Studi yang ditawarkan harus menarik. Contoh menarik adalah PS Teknologi Industri Pertanian. PS ini sangat diminati oleh para pelajar karena namanya sudah mempunyai daya tarik yang tinggi.
- e. Dirikan Program Studi yang dibutuhkan masyarakat. Memang tidak mudah menentukan hal ini. Hal ini perlu penelitian yang mendalam. Untuk menggambarkan pentingnya penelitian ini bagi promosi dapat saya ambil contoh perusahaan mobil Toyota. Ketika saya berkunjung di perusahaan ini di Toyota, Propinsi Aichi ternyata sebelum mereka menjual produk mereka ke Indonesia misalnya, mereka melakukan penelitian. Dari hasil penelitian itulah kemudian mereka membuat mobil yang bentuk, warna, nama dll. sesuai dengan keinginan masyarakat Indonesia. Hasilnya? Sekarang kijang dimana-mana. Malah kemudian disusul oleh Mitsubishi dengan kudanya.
- f. Kurikulum yang mencerminkan Program Studi. Meskipun nama sudah menarik tetapi kurikulumnya tidak mendukung maka hal ini akan membuat masyarakat menjadi kecewa. Jika ini tersebar luas di masyarakat, maka mutu calon mahasiswa dan minat masyarakat untuk memilih PS ini menjadi menurun.
- g. Imbangi nama dan kurikulum dengan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Setelah nama dan kurikulum sesuai, maka kita harus melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan.
- h. *Open laboratorium*: sajikan sesuatu yang spektakuler pada saat open lab, bukan sekedar menyajikan kumpulan ternak, kandang, hijauan dan deretan lab. yang kosong. Mungkin akan lebih bermanfaat jika ditampilkan produk-produk yang dikenal, diminati serta belum dikuasai teknologinya oleh masyarakat luas.
- i. Lakukan *networking*. Kita sebaiknya melakukan kerjasama dengan SMU atau yang sederajat.
- j. Kunjungan ke SMU: sajikan sesuatu yang nyata dan menarik. Saya pikir dengan hanya menyatakan bahwa lulusan Peternakan adalah peternak berdasar tidaklah cukup.

- k. Promosi ke masyarakat dengan cara memberikan solusi masalah yang ada di masyarakat, mengadakan pelatihan, dan produk-produk nyata yang teknologinya belum dikuasai atau ingin dikuasai oleh masyarakat luas.
- l. Iklan mungkin akan sangat membantu.
- m. Promosi tidak saja dilakukan kepada masyarakat eksternal UNIB, tetapi juga kepada masyarakat internal UNIB. Kita tahu bahwa orang UNIB sendiri masih belum menjadikan UNIB sebagai prioritas utama bagi keluarga mereka. Adalah hal yang cukup menggelikan jika kita mempromosikan UNIB kepada masyarakat bahwa UNIB mempunyai mutu dan citra yang baik, sementara kita sendiri tidak mau memasukkan keluarga kita ke UNIB. Alasan klasik: Citra UNIB di dunia kerja masih rendah. Sarana dan prasarananya masih sedikit. Ragu akan mutu pendidikan di UNIB dan berbagai alasan lainnya. Lebih lucu lagi adalah mereka yang melakukan promosi baik pejabat UNIB maupun PNS UNIB tidak mau memasukkan keluarganya ke UNIB kecuali jika terpaksa. Ironis memang! Jadi?

B. Efektivitas Pemasangan iklan di surat kabar dalam rangka promosi Universitas Terbuka di UPBJJ Surabaya (Iriyani,2003)

1. Efektivitas Promosi di UPBJJ UT Surabaya

Berdasarkan hasil temuan efektivitas promosi di UPBJJ-UT Surabaya menunjukkan bahwa status sebuah surat kabar, nasional atau daerah bukan merupakan jaminan bagi keefektivan sebuah promosi. Informasi yang diterima oleh responden tentang UT, antara yang disampaikan secara lisan dengan tertulis dapat dikatakan masih cukup berimbang, kendatipun asal informasi secara lisan (orang tua/saudara dan teman) masih dipandang sebagai jenis media promosi yang masih mendominasi dalam rangka pemasyarakatan UT untuk menarik minat responden (mahasiswa) untuk studi di UT. Sebanyak 60% menyatakan bahwa mereka mendapatkan informasi tentang UT secara lisan dari orang tua, saudara, atau temannya. Sedangkan media promosi secara tertulis, baik dalam bentuk surat kabar maupun spanduk hanya sebanyak 40%.

2. Respons Mahasiswa UT Terhadap Promosi

Tingkat efektivitas pemasangan iklan promosi dalam rangka pemasyarakatan UT melalui surat kabar termasuk rendah karena hanya sekitar 17.8% dari seluruh responden yang mendapatkan informasi tentang UT dari surat kabar. Persentase ini ternyata lebih rendah dari promosi melalui spanduk yang mencapai 22.2%; apalagi bila dibandingkan dengan promosi yang disampaikan secara lisan dari orang tua, saudara, atau teman (60%).

Rendahnya tingkat efektivitas pemanfaatan surat kabar sebagai media promosi disebabkan oleh beberapa faktor: (1) format/model periklanannya yang dipandang masih kurang menarik; (2) tata letak/posisi iklan yang juga kurang tepat karena senantiasa pada posisi yang sama dan bercampur aduk dengan jenis iklan-iklan yang lain; (3) jenis surat kabar (Surya) yang digunakan sebagai mediator iklan hanya dibaca/diminati oleh sekitar 17.8% responden mahasiswa; (4) sikap responden terhadap surat kabar yang kurang begitu banyak dibaca atau diminati, serta keberadaan iklan/promosi, juga tidak selalu bahkan tidak pernah dibaca oleh responden.

Namun demikian, seluruh responden mahasiswa memandang pemanfaatan surat kabar sebagai media promosi UT masih perlu dilanjutkan. Dari 42% responden, sekitar 26% menyempatkan diri melihat kolom iklan sewaktu akan mencari PT sebagai alternatif kelanjutan studinya. Disini terlihat masih ada harapan bagi UPBJJ-UT Surabaya untuk tetap mengoptimalkan surat kabar sebagai media promosi, sekalipun untuk itu dana yang dibutuhkan cukup besar*).

BAB III

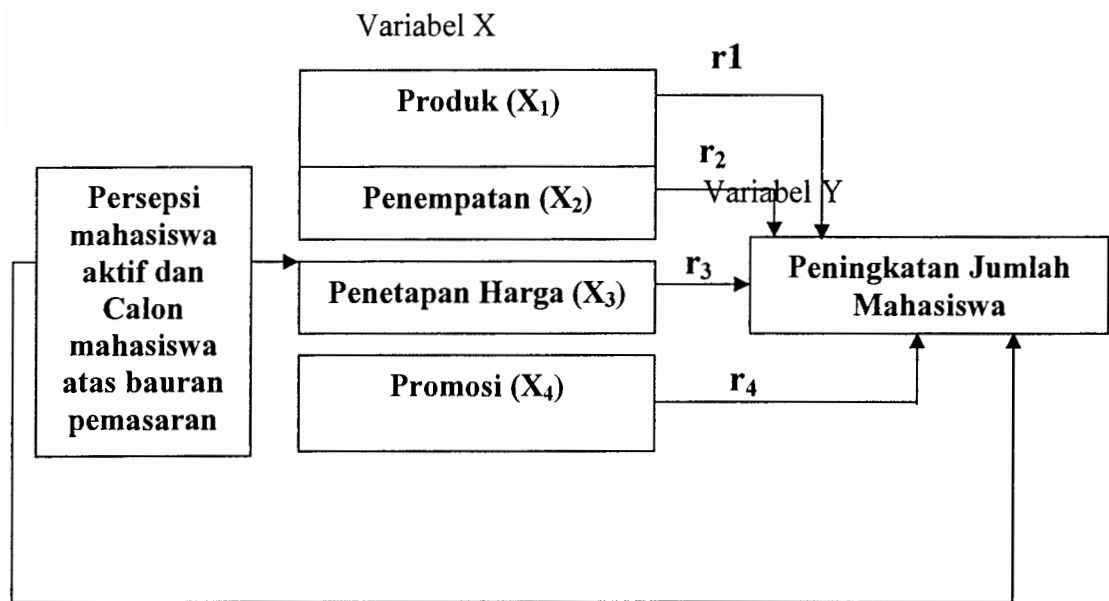
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Analisis

Belakangan ini pemasaran banyak dipakai oleh Universitas, persepsi mahasiswa tentang promosi sangat membantu sekali dalam hal meningkatkan mutu pelayanan suatu Universitas dengan tujuan mencapai tingkat laba yang maksimum. Promosi merupakan usaha Universitas dalam hal mendorong peningkatan jumlah mahasiswa melalui komunikasi langsung atau tidak langsung terhadap calon mahasiswa. Dalam bisnis jasa promosi merupakan faktor penting untuk meningkatkan jumlah mahasiswa.

Seperti yang dikemukakan oleh Ranguti (2009) :“Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku”. Sedangkan Yazid (2008) menyatakan bahwa :“Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli”. Hal lain yang berkaitan dengan promosi yaitu mengelola suatu sistem komunikasi pemasaran memerlukan suatu rancangan strategi dan program-program penjualan yang efektif dan efisien. Komunikasi pemasaran disebut juga bauran promosi, menurut Stanton dalam Y. Lamanto (1996 : 68) menyatakan bahwa :“Bauran promosi adalah kombinasi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan lain cara yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran”.

Pemasaran secara tidak langsung berpengaruh terhadap persepsi keputusan calon mahasiswa untuk kuliah di Universitas Terbuka dan pemasaran juga berpengaruh terhadap mahasiswa aktif untuk melakukan registrasi setiap masa ujian sampai study selesai. Proses pendaftaran calon mahasiswa diawali dengan adanya masalah atau kebutuhan yang dirasakan calon mahasiswa. Secara lengkap persepsi mahasiswa dan calon mahasiswa dapat dilihat pada kerangka analisis sebagai berikut



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik dengan maksud memperoleh gambaran empirik mengenai keadaan yang tengah berlangsung pada saat penelitian ini dilaksanakan.

Hipotesis

- i. H_0 : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan nilai koefisien (butir kurang reliabel)
- ii. H_1 : Skor butir berkorelasi positif dengan nilai koefisien (butir reliabel)

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dan calon mahasiswa program non pendas UPBJJ-UT Bengkulu

Dengan menggunakan teknik random sampling diperoleh sampel sebanyak 150 orang calon mahasiswa dan sebanyak 150 orang mahasiswa aktif. Jadi total sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 300 orang.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah instrumen Sebagai pendukung data selain kuisisioner juga dipakai data sekunder, yaitu studi kepustakaan dan dokumen lembaga Universitas Terbuka UPBJJ Bengkulu yang berkaitan dengan variabel penelitian. Teknik yang lain juga dilakukan wawancara (terstruktur maupun tidak terstruktur). Kuisisioner disusun dalam bentuk skala Likert (Sugiyono, 2008:237) yang dimodifikasi dengan empat alternatif jawaban; yakni sangat baik (SB), Baik (B), Kurang (K), dan Sangat Kurang (SK).

Kuisisioner tertutup disusun untuk memperoleh informasi bagaimana persepsi mahasiswa aktif dan calon mahasiswa terhadap strategi promosi yang telah dilakukan UPBJJ-UT Bengkulu. Kuisisioner terbuka juga digunakan untuk mendukung data yang terkumpul dari kuisisioner tertutup.

Kegiatan pengumpulan data dilakukan kepada calon mahasiswa yang ditemui pada saat kegiatan sosialisasi UPBJJ-UT Bengkulu di setiap instansi ataupun sekolah. Sedangkan untuk mahasiswa dilakukan pada saat kegiatan registrasi berlangsung ataupun pada saat tutorial.

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan distribusi frekuensi dan rata-rata (*mean*). Hal ini untuk melihat nilai rata-rata jawaban persepsi mahasiswa aktif dan calon mahasiswa terhadap strategi yang telah dilakukan oleh UPBJJ-UT Bengkulu. Adapun skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pengukuran Pengaruh Persepsi terhadap strategi promosi yang berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa

Nilai	Range Skor	Kriteria	Keterangan
1	1,00-1,74	Sangat Kurang	SK
2	1,75-2,49	Kurang	K
3	2,50-3,24	Baik	B
4	3,25-4,00	Sangat Baik	SB

Sugiyono (2008:301)

Pengaruh persepsi mahasiswa terhadap strategi promosi digunakan teknik korelasi produk moment. Untuk melihat variabel mana yang paling banyak memberikan kontribusi terhadap peningkatan jumlah mahasiswa digunakan analisis regresi linier berganda (software program SPSS).

Dalam menganalisis data kuesioner diperlukan tahap-tahap pendahuluan sebelum dilakukan interpretasi data olahan dan interpretasi dari hasil analisis model yang cocok digunakan dalam mendeskripsikan variabilitas data.

Tahapan-tahapan pendahuluan yang perlu di periksa adalah:

1. Pemeriksaan apakah terdapat data pengamatan yang kosong (tidak diisi oleh responden)
2. Pengujian validitas item-item pertanyaan
3. Pengujian Realibilitas kuesioner

Setelah ketiga pemeriksaan selesai dilakukan, dilakukan tahap selanjutnya, yakni

1. Penentuan statistik deskriptifnya
2. Pembuatan diagram Histogram

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas merupakan pengujian ketepatan instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian sehingga tidak diragukan sebagai alat pengumpul data yang akurat dan terpercaya. Uji ini untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan instrumen penelitian tersebut dapat mengungkapkan gejala-gejala yang akan diukur. Pengujian ini untuk melihat sahnya alat ukur sehingga dapat mengukur indikator yang diukur. Kesahihan ini penting sebab jika data yang diukur dengan alat ukur yang tidak sah kemungkinan data menjadi bias dan barang tentu akan menghasilkan kesimpulan yang keliru.

Kuisisioner dinyatakan valid atau tidak valid adalah dengan membandingkan antara r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r tabel (*r-product moment*). Jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ($N=50$, $\alpha = 0,05$) = 0.275 dan positif maka item tersebut dinyatakan valid (Arikunto, 2002:137). Berikut ini pengujian validitas Untuk Item-item pertanyaan dari Registrasi; Ujian; Layanan Administrasi Akademik; Fasilitas Teknologi; Pelayanan; Pembiayaan Kuliah; Penyelenggaraan Pelayanan di UT; dan Promosi UT

b. Hipotesis

- i. H_0 : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor total (butir tidak valid)
- ii. H_1 : Skor butir berkorelasi positif dengan skor total (butir valid)

c. Tingkat Signifikansi

$$\alpha = 0,05 \text{ dan } db = 50 - 2 = 48$$

Karena dalam tabel r pada lampiran tidak ada $db = 48$, maka dilakukan interpolasi untuk $\alpha = 0,05$ yakni sebesar 0.275

d. Dasar pengambilan keputusan :

Jika r_{hasil} positif dan $r_{\text{hasil}} \leq r_{\text{tabel}}$, maka H_1 ditolak (butir tidak valid)

Jika r_{hasil} positif dan $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka H_1 diterima (butir valid)

e. Out Put SPSS untuk r hasil adalah sebagai berikut:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	301.5400	979.560	.551	.	.734
P2	301.4400	995.925	.270	.	.739
P3	301.4400	992.007	.399	.	.738
P4	301.4200	995.147	.355	.	.739
P5	301.4800	999.193	.255	.	.740
P6	301.6400	998.113	.313	.	.739
P7	301.3800	989.710	.529	.	.737
P8	301.5800	980.779	.700	.	.735
P9	301.4400	998.496	.248	.	.740
P10	301.5200	983.887	.615	.	.735
P11	301.4600	984.947	.668	.	.736
P12	301.6200	989.587	.441	.	.737
P13	301.6800	990.018	.464	.	.737
P14	301.8600	998.000	.259	.	.739
P15	301.6600	994.147	.460	.	.738
P16	301.8200	991.498	.402	.	.738
P17	301.6600	992.556	.410	.	.738
P18	301.6400	991.745	.519	.	.738
P19	301.8600	987.633	.482	.	.737
P20	301.5200	982.051	.629	.	.735
P21	301.7800	989.400	.538	.	.737
P22	302.0000	990.571	.397	.	.737
P23	301.8600	988.490	.440	.	.737
P24	301.8600	985.429	.536	.	.736
P25	301.7400	992.645	.386	.	.738
P26	301.5400	983.519	.637	.	.735
P27	301.6200	980.893	.626	.	.735
P28	301.5800	977.881	.672	.	.734
P29	301.7000	981.929	.512	.	.735
P30	301.6400	981.745	.567	.	.735
P31	301.2800	986.491	.558	.	.736
P32	301.3400	982.147	.689	.	.735
P33	301.3800	987.016	.536	.	.736
P34	301.2400	988.676	.563	.	.737

P35	301.3000	991.439	.430	.	.738
P36	301.5200	993.765	.479	.	.738
P37	301.8800	994.965	.334	.	.739
P38	301.6800	996.263	.458	.	.739
P39	301.8600	985.021	.546	.	.736
P40	301.9600	989.876	.467	.	.737
P41	301.7600	989.656	.546	.	.737
P42	301.7400	991.502	.553	.	.737
P43	301.6600	990.596	.532	.	.737
P44	301.6600	988.556	.596	.	.737
P45	301.8400	993.525	.387	.	.738
P46	302.0200	998.102	.230	.	.740
P47	301.8800	994.720	.306	.	.739
P48	302.7600	987.533	.296	.	.737
P49	302.9400	984.180	.399	.	.736
P50	302.9600	987.427	.381	.	.737
P51	302.7200	983.879	.332	.	.736
P52	302.6600	982.800	.338	.	.736
TOTAL	152.3400	252.025	1.000	.	.928

Dari tabel diatas tampak bahwa perbandingan antara r tabel dan r hitung, terdapat beberapa point pertanyaan yang tidak signifikan yaitu: pertanyaan 2, 5, 9, 14 dan 46. Namun demikian item2 pertanyaan tersebut masih dapat digunakan dalam melihat persepsi dari masing-masing variabel. Dari Tabel di atas dapat dilihat semua item pernyataan valid dan digunakan dalam uji reliabilitas.

5.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas konsistensi alat ukur dalam mengungkapkan gejala-gejala yang sama dari objek yang diukur ulang pada waktu yang berlainan. Suatu alat ukur dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban terhadap pertanyaan yang sama, konsisten atau stabil dalam waktu yang berbeda atau dari waktu ke waktu. Menurut Arikunto (2002) kuisioner reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,7.

Berikut ini prosedur Pengujian Reliabilitas untuk item-item pertanyaan Registrasi; Ujian; Layanan Administrasi Akademik; Fasilitas Teknologi; Pelayanan; Pembiayaan Kuliah; dan Penyelenggaraan Pelayanan di UT

a. Hipotesis

- i. H_0 : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan nilai koefisien (butir kurang reliabel)
- ii. H_1 : Skor butir berkorelasi positif dengan nilai koefisien (butir reliabel)

b. Tingkat Signifikansi

Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh $\geq 0,70$.

c. Dasar pengambilan keputusan :

- i. Jika r_{hasil} positif dan $r_{\text{hasil}} \leq$ nilai koefisien, maka H_1 ditolak (butir kurang reliabel)
- ii. Jika r_{hasil} positif dan $r_{\text{hasil}} >$ nilai koefisien, maka H_1 diterima (butir reliabel)

d. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS

Tabel 2. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.745	.944	48

Dari Tabel di atas tampak semua item pernyataan reliabel.

Jadi Berdasarkan Pengujian validitas dan reabilitas, Kuesioner Penelitian “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Mahasiswa Pada Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh” dapat di analisis lebih lanjut

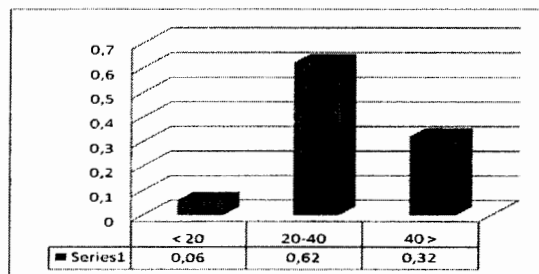
5.3 Analisis Deskriptif

Secara deskriptif hasil penelitian masing-masing variabel dapat diuraikan sebagai berikut:

Berikut ini Statistik Deskriptif untuk masing-masing pertanyaan

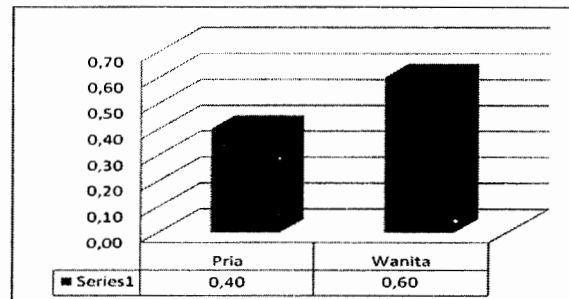
1. Umur Responden

Berdasarkan analisis deskriptif, kebanyakan yang menjadi responden berumur antara 20 sampai 40 tahun sebesar 62 persen, sedangkan yang di atas 40 tahun sebesar 32% sisanya sebesar 6% berumur di bawah 20 tahun. Berikut ini diagramnya,



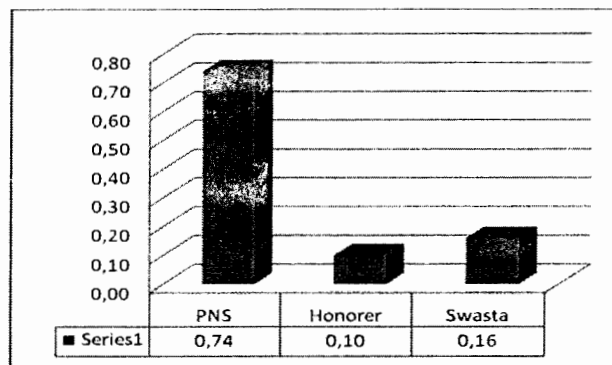
2. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data, responden yang berjenis kelamin wanita yakni sebesar 60%, sedangkan berjenis kelamin pria sebesar 40%.



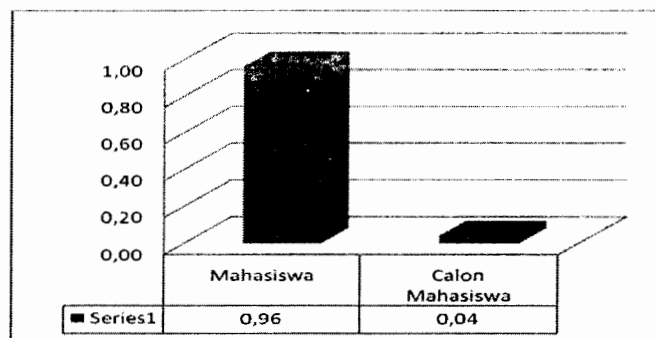
3. Pekerjaan responden

Berdasarkan analisis data, pekerjaan responden adalah memiliki pekerjaan sebagai PNS sebesar 74%, sedangkan sisanya memiliki pekerjaan swasta dan honorer.



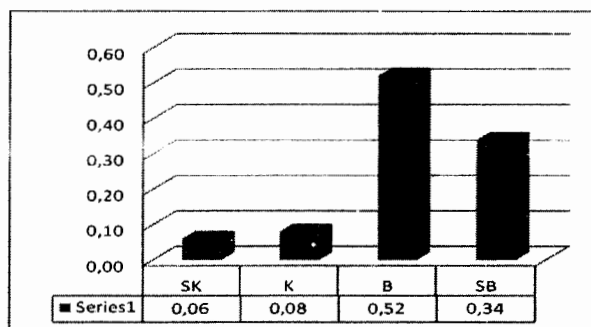
4. Status Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini berstatus mahasiswa UT sebesar 96%, sedangkan sisanya 4% merupakan calon mahasiswa.



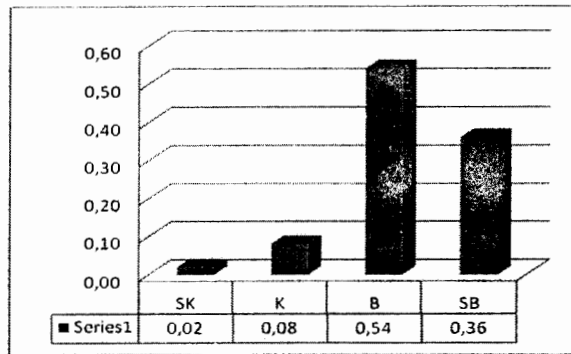
5. Pertanyaan 1 (Registrasi)

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan 1, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan informasi mengenai registrasi” sudah baik sebesar 86%.



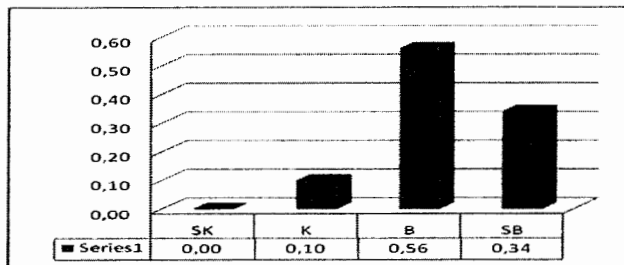
6. Ketersediaan Formulir Registrasi

Berdasarkan perhitungan persentase, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan fomulir registras” sudah baik sebesar 90%.



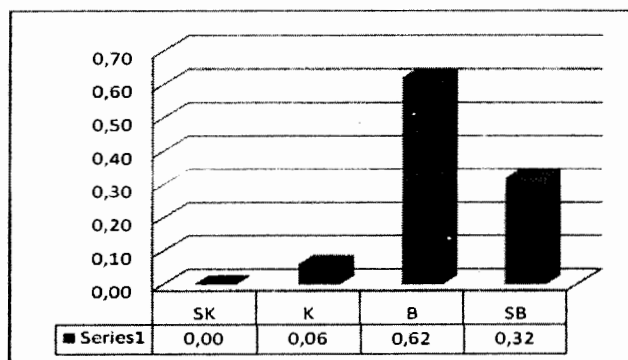
7. Ketersediaan Tanda Bukti Setor Bank

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan tanda Bukti Setor Bank” sudah cukup baik sebesar 90%.



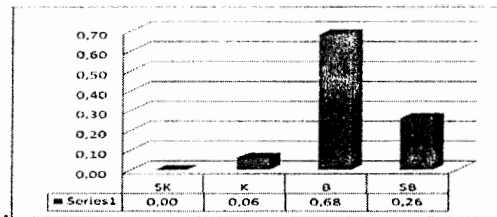
8. Akurasi Data Registrasi

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Akurasi data registrasi pada bukti registrasi (nama,mata kuliah, tempat ujian)” sudah baik sebesar 94%.



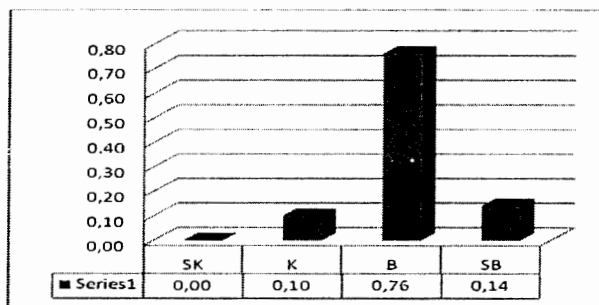
9. Kemudahan Pembayaran melalui BRI

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan melakukan pembayaran biaya pendidikan melalui Bank BRI” sudah baik sebesar 94%.



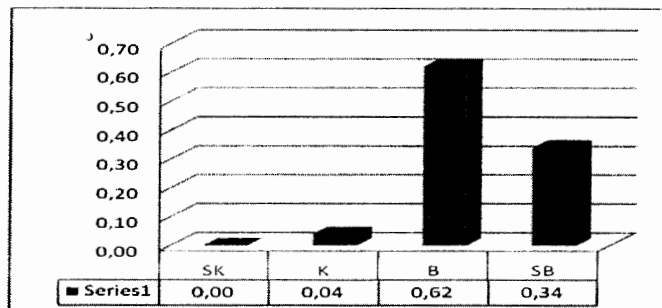
10. Kemudahan melakukan Pembayaran melalui bank BTN

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan melakukan biaya pendidikan melalui bank BTN” sudah baik sebesar 90%.



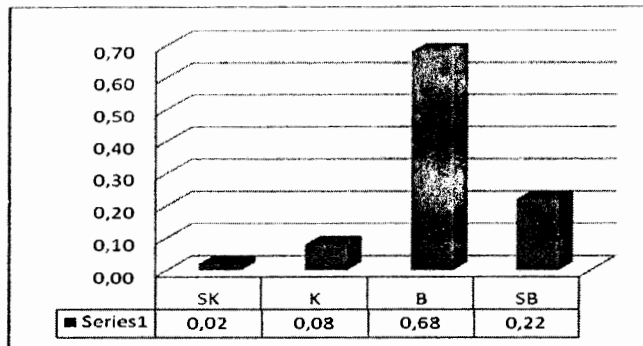
11. Bukti Registrasi

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Bukti registrasi mata kuliah telah diterima mahasiswa setiap semester” sudah cukup baik sebesar 96%.



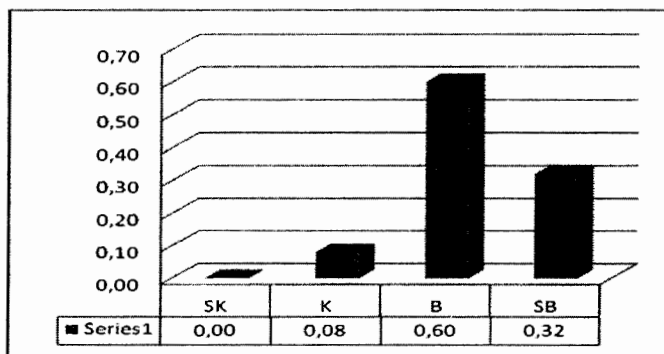
12. Ketersediaan Informasi Pelaksanaan Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan informasi pelaksanaan ujian” sudah baik sebesar 90%.



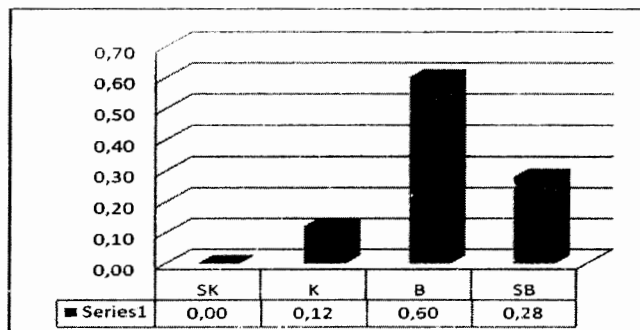
13. Ketersediaan Kartu Tanda Peserta Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan kartu tanda peserta ujian” sudah baik sebesar 92%.



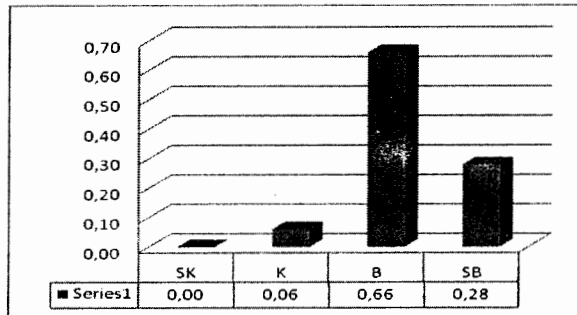
14. Ketersediaan Naskah Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan naskah ujian” sudah baik sebesar 88%.



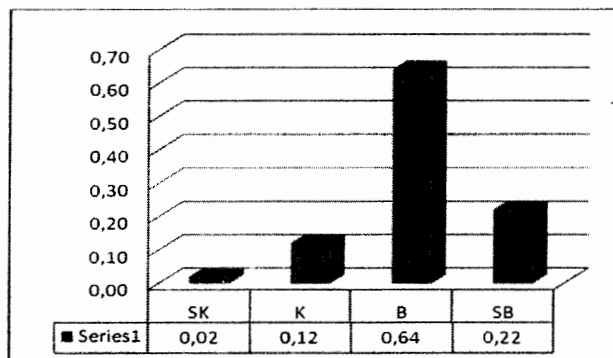
15. Kelengkapan Naskah Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Kelengkapan naskah ujian” sudah baik sebesar 94%.



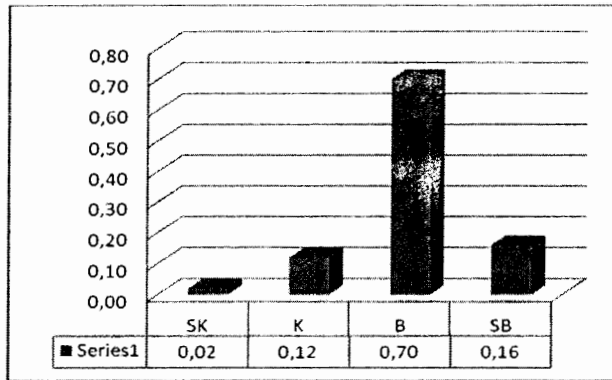
16. Profesionalitas Petugas Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Profesionalitas petugas ujian” sudah baik sebesar 86%.



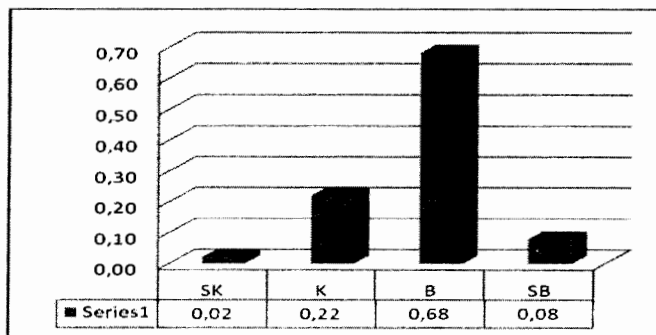
17. Ketertiban Pelaksanaan Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Ketertiban pelaksanaan ujian” sudah baik sebesar 86%.



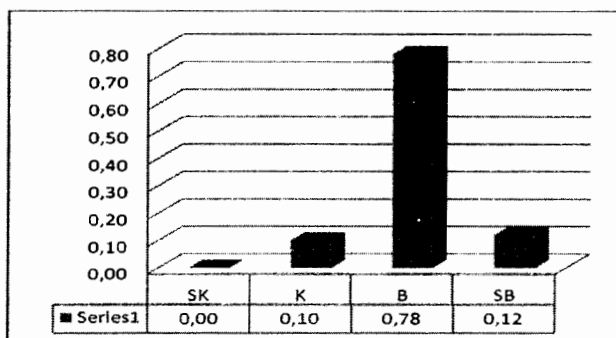
18. Kemudahan Menjawab naskah Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Kemudahan menjawab naskah ujian” sudah cukup baik sebesar 76%. Namun demikian terdapat responden yang menjawab kurang sebesar 24%, hal ini dapat disebabkan dari faktor mahasiswanya sendiri atau minimnya waktu tutorial.



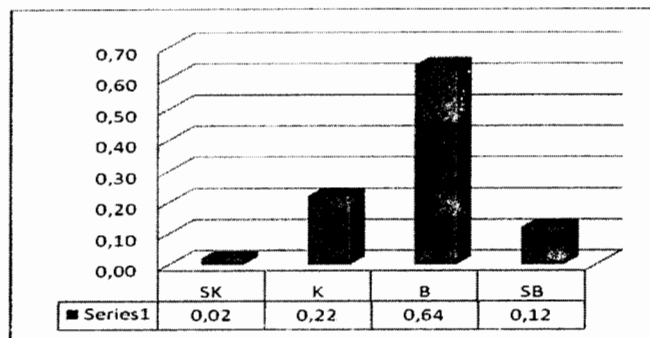
19. Diagram Histogram untuk pertanyaan 15 (ujian)

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Keterbacaan naskah ujian” sudah cukup baik sebesar 90%.



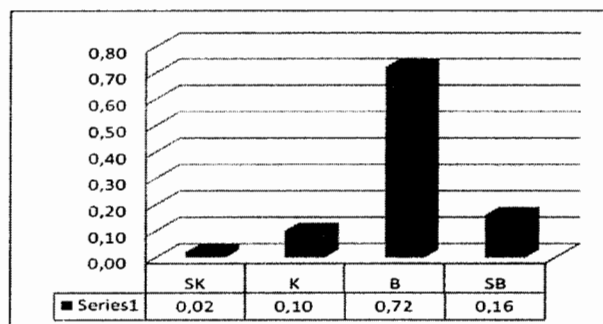
20. Soal Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Seluruh soal ujian berkaitan dengan bahan ajar” sudah baik sebesar 76%. Hal ini hampir sama dengan poin pertanyaan 14



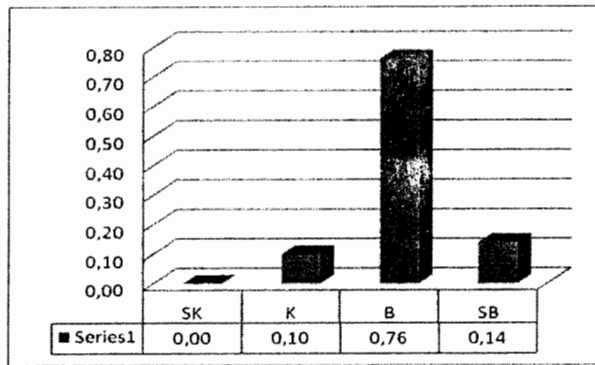
21. Ketepatan Pengumuman hasil Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Ketepatan pengumuman hasil ujian” sudah baik sebesar 88%.



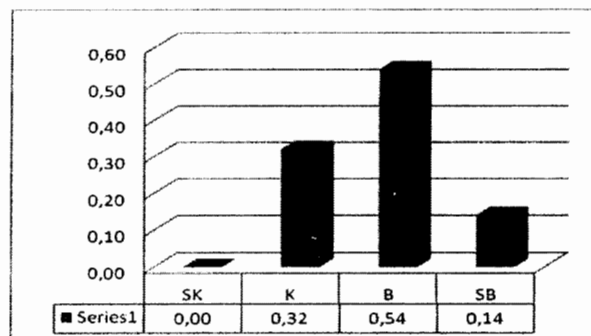
22. Kelengkapan Nilai pada DNU

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektifitas, responden menyatakan bahwa, “Kelengkapan nilai pada DNU sesuai dengan mata kuliah yang diikuti ujiannya” sudah baik sebesar 90%.



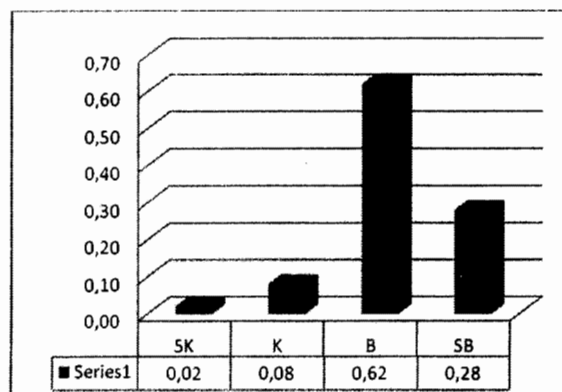
23. Hasil Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan efektivitas, responden menyatakan bahwa, “Hasil ujian sangat memuaskan dengan usaha yang telah dilakukan” sudah baik sebesar 68%. Sedangkan 32% menyatakan kurang, hal ini mungkin disebabkan persepsi yang salah dari mahasiswa akan pelaksanaan tutorial dan ujian.



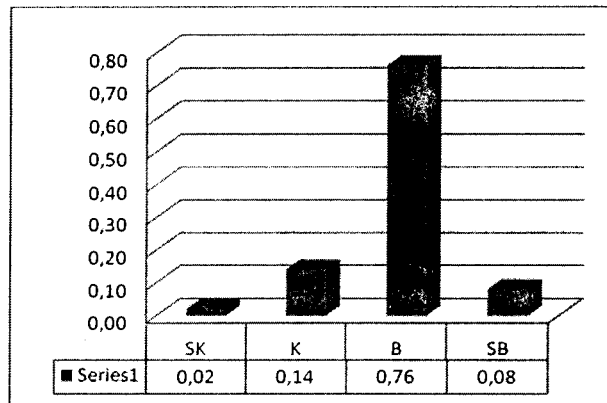
24. Katalog

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Katalog menjadi sumber informasi paling lengkap dan benar” sudah baik sebesar 90%.



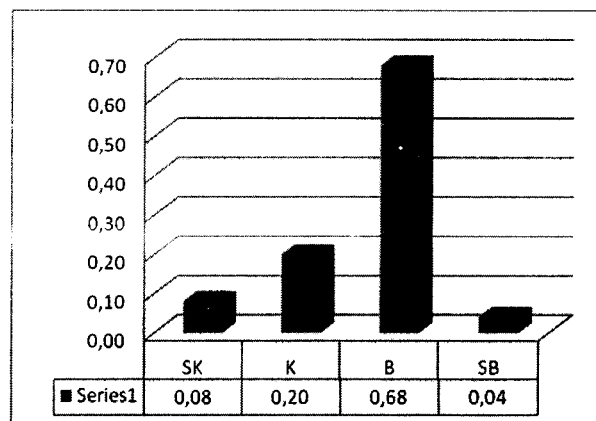
25. Informasi tambahan

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Informasi tambahan cukup waktu untuk disosialisasikan” sudah baik sebesar 84%.



26. Pemrosesan Alih Kredit

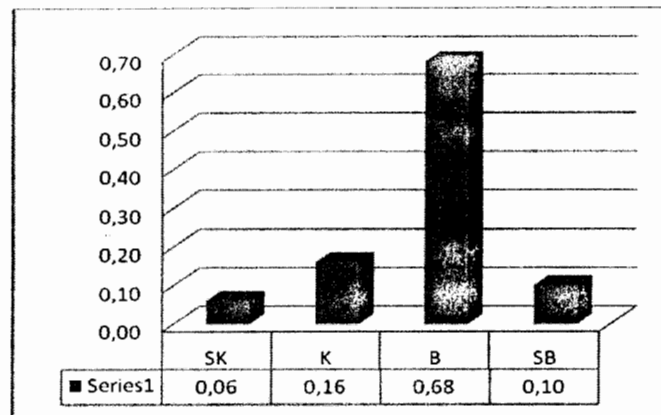
Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Pemrosesan alih kredit sesuai dengan prosedur dan waktu maksimal 1 bulan” sudah cukup baik sebesar 72%. Namun terdapat 28% responden yang masih menilai kurang.



27. Kemudahan Mengurus Kesalahan data Pribadi mahasiswa

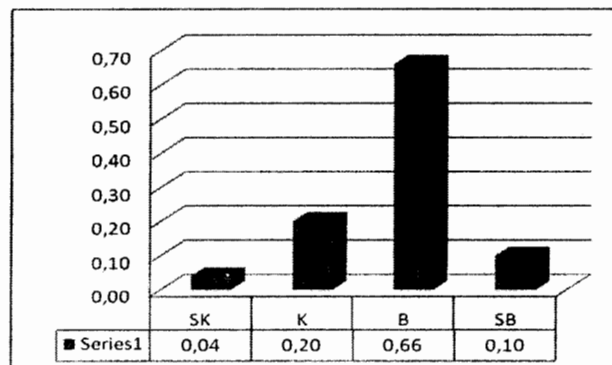
Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan mengurus kesalahan data pribadi

mahasiswa” sudah cukup baik sebesar 78%. Namun terdapat 22% responden yang masih menilai kurang.



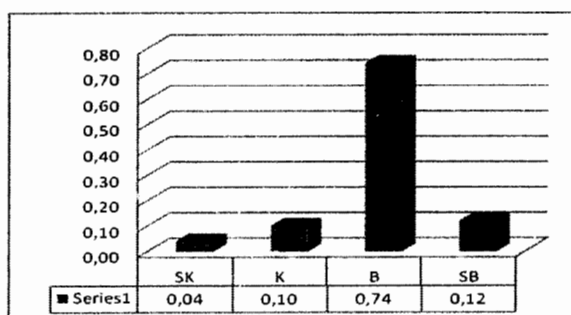
28. Kemudahan Mengurus Kasus Nilai Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan mengurus kasus nilai ujian” sudah baik sebesar 76%. Namun terdapat 24% responden yang masih menilai kurang.



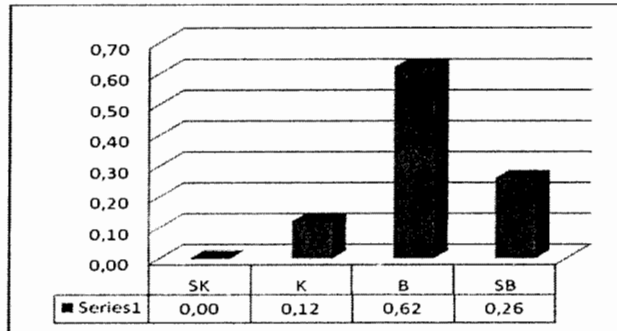
29. Kemudahan Mengurus kasus kesalahan Ijazah

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan mengurus kasus kesalahan data di ijazah/transkrip nilai” sudah baik sebesar 86%



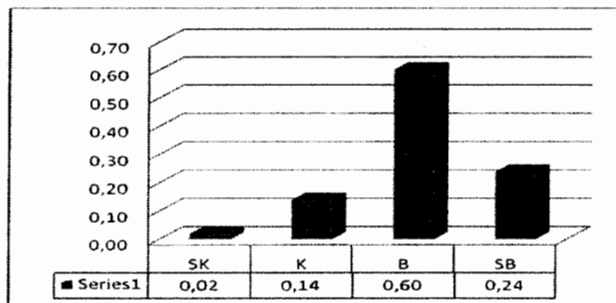
30. Website UT

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Informasi adanya website UT” sudah baik sebesar 88%.



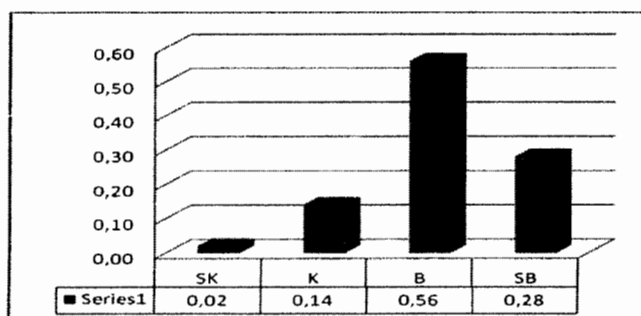
31. Akses website UT

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Kemudahan mengakses website UT” sudah cukup baik sebesar 84%.



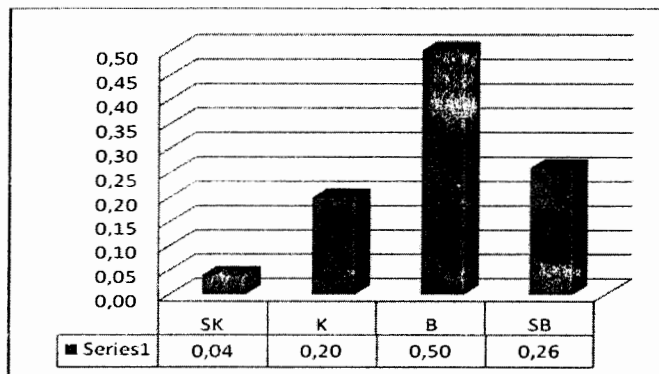
32. Kemudahan Mengakses Informasi lewat website UT

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan mengakses informasi melalui website UT” sudah baik sebesar 84%.



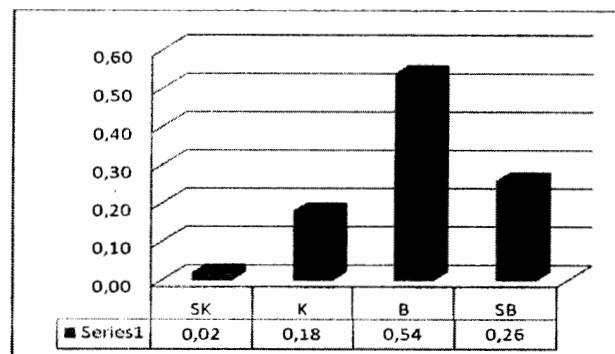
33. Kemudahan Mengakses Nilai

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan mengakses nilai melalui website UT” sudah baik sebesar 76%. Namun terdapat 24% Responden yang berpendapat kurang.



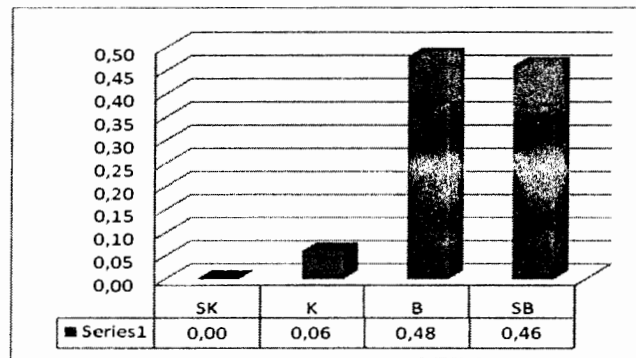
34. Diagram Histogram untuk pertanyaan 30 (fasilitas teknologi)

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Kemudahan membeli bahan ajar melalui website UT” sudah cukup baik sebesar 80%.



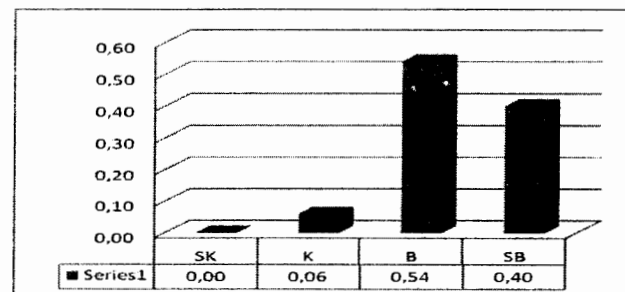
35. Diagram Histogram untuk pertanyaan 31 (pelayanan)

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Keramahan pegawai dalam melayani” sudah cukup baik sebesar 94%.



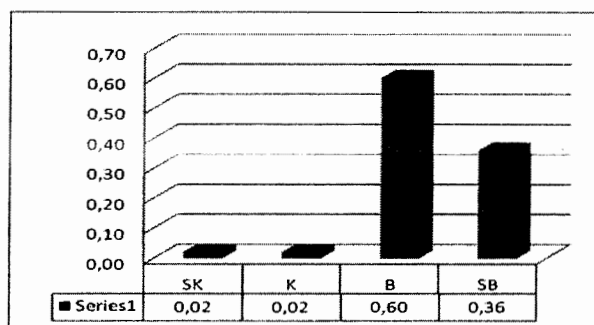
36. Birokrasi yang Mudah

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Birokrasi yang mudah” sudah baik sebesar 94%.



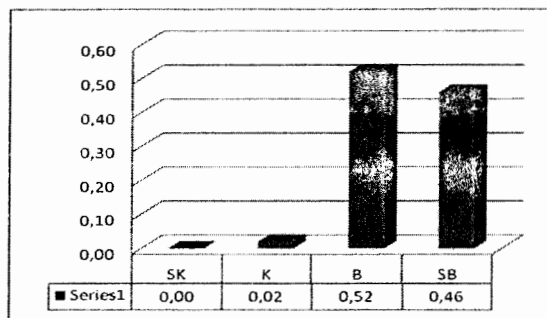
37. Tidak Adanya Pungutan Diluar Ketentuan

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Tidak adanya pungutan biaya diluar ketentuan” sudah baik sebesar 96%.



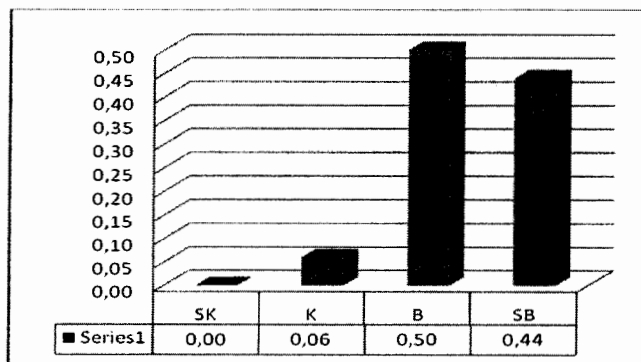
38. Kemudahan Mengurus Administrasi Akademik

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kemudahan bertemu dengan staf atau pimpinan UT dalam mengurus administrasi akademik” sudah cukup baik sebesar 98%.



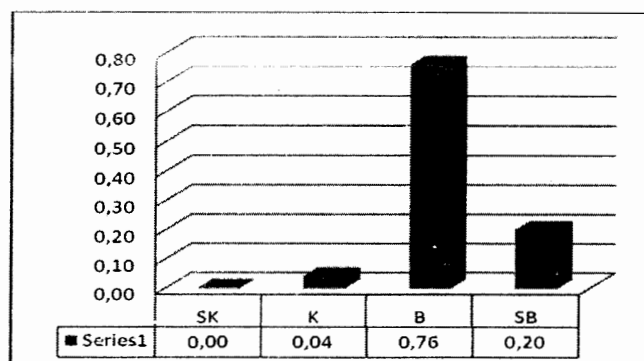
39. Kenyamanan dalam Pelayanan

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kenyamanan dalam pelayanan” sudah baik sebesar 94%.



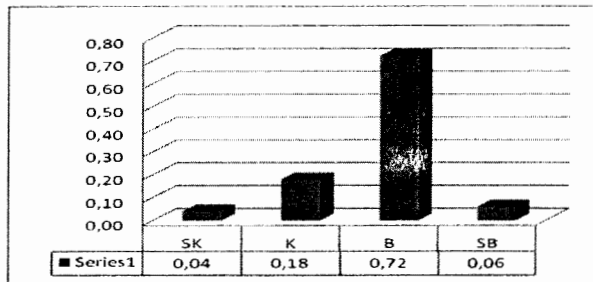
40. Pembiayaan SPP

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Pembiayaan SPP mudah dijangkau (murah)” sudah baik sebesar 96%.



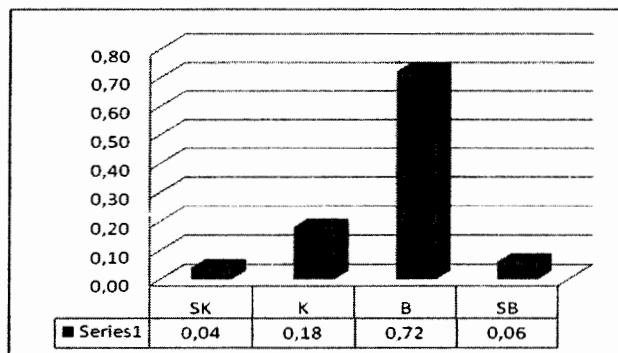
41. Harga Modul

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Harga modul murah” sudah baik sebesar 78%. Namun terdapat 22% responden yang memberikan pendapat kurang.



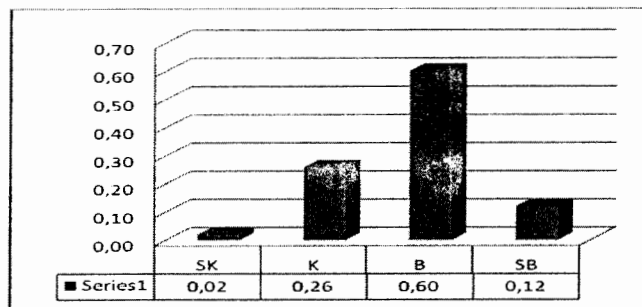
42. Biaya sesuai dengan Fasilitas yang Diterima

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima” sudah baik sebesar 78%. Namun masih terdapat responden yang memberikan penilaian kurang sebesar 22%.



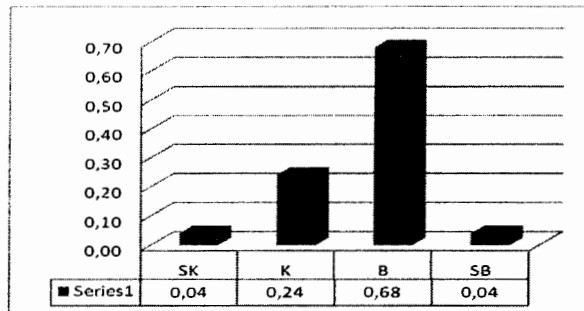
43. Kelayakan Tempat Tutorial

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kelayakan tempat tutorial” sudah baik sebesar 72%. Namun masih terdapat responden yang memberikan penilaian kurang sebesar 28%.



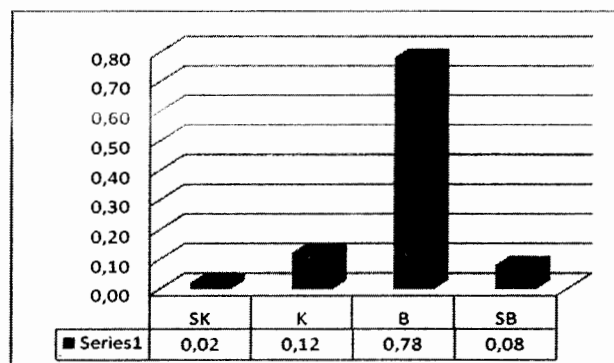
44. Kelayakan Tempat Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kelayakan tempat ujian” sudah baik sebesar 72%. Namun masih terdapat responden yang memberikan penilaian kurang sebesar 28%.



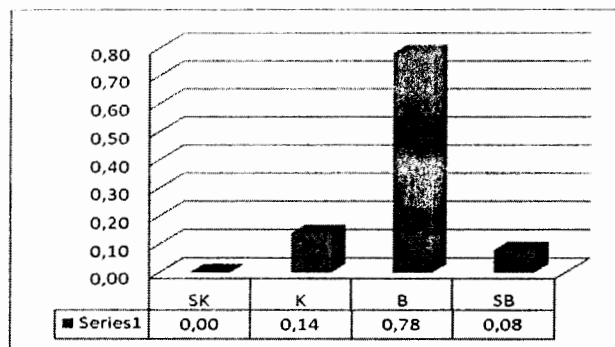
45. Kelayakan Tempat Penyelenggaraan Pendidikan

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Kelayakan tempat penyelenggaraan” sudah cukup baik sebesar 86%.



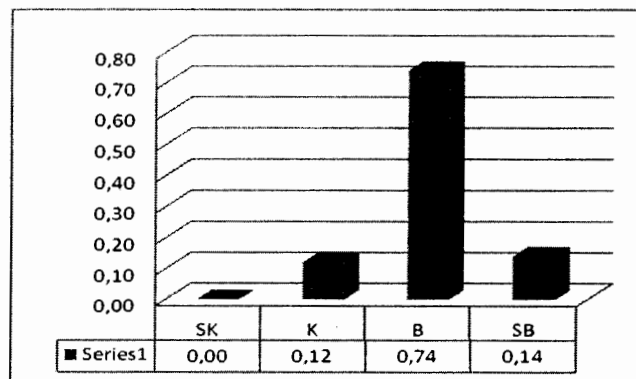
46. Penyelenggaraan Praktek/Praktikum

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “praktek/praktikum” sudah baik sebesar 86%.



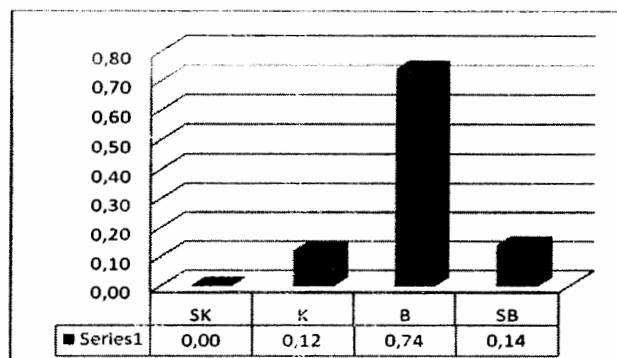
47. Ketersediaan Ruang Ujian

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Jumlah ruang ujian dan ruang tutorial cukup” sudah baik sebesar 88%.



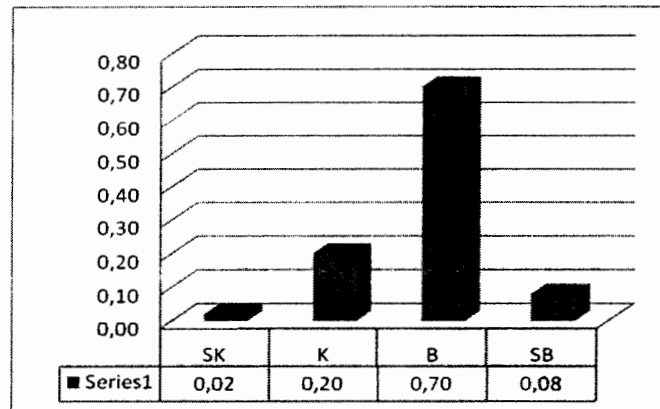
48. Akses Jalan menuju Tempat Tutorial

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Akses jalan menuju tempat tutorial mudah” sudah baik sebesar 88%.



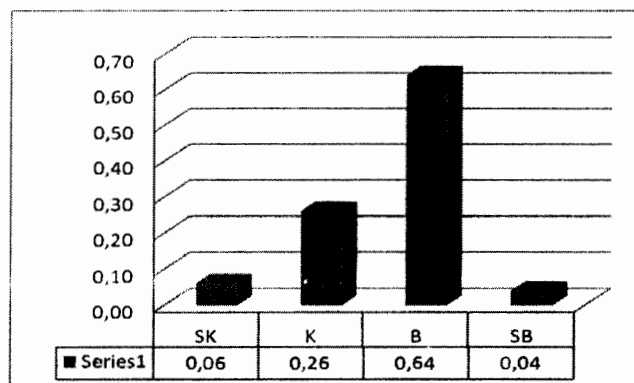
49. Diagram Histogram untuk pertanyaan 45 (Penyelenggaraan Pelayanan di UT)

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Kelayakan ukuran meja dan kursi tempat tutorial/ujian” sudah cukup baik sebesar 78%. Sedangkan 22% responden menilai kurang.



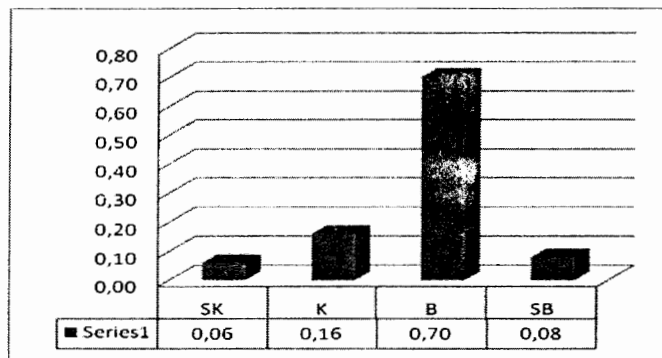
50. Ketersediaan Toilet

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan toilet” sudah baik sebesar 68%. Sedangkan 32% menyatakan kurang baik.



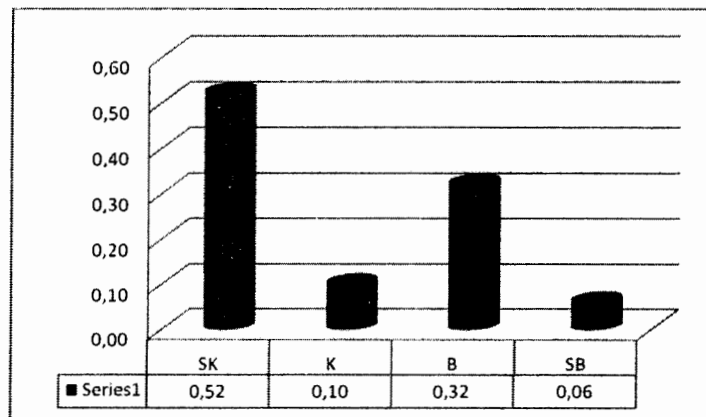
51. Ketersediaan Ruang untuk Ibadah

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Ketersediaan ruang untuk ibadah di tempat tutorial/ujian” sudah baik sebesar 78%. Sedangkan 22% responden menyatakan kurang baik.



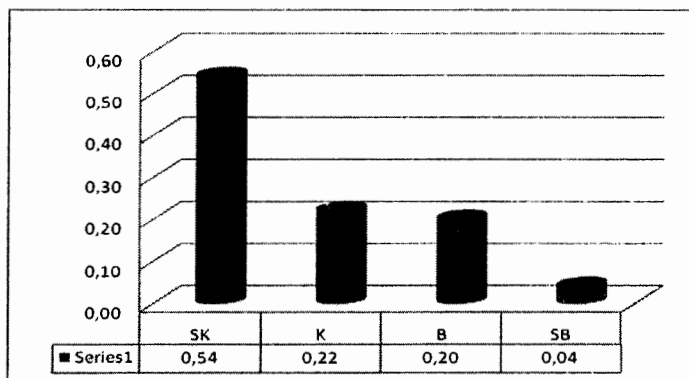
52. Diagram Histogram untuk pertanyaan 48 (promosi UT)

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Bagaimana promosi UT di media massa” sudah cukup baik sebesar 38%, namun 62% menyatakan kurang baik.



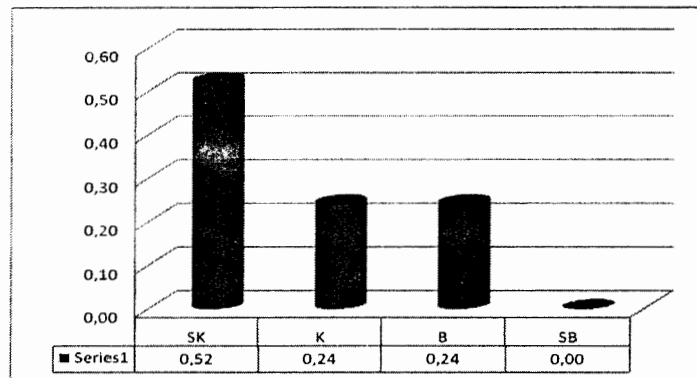
53. Promosi Ut di Media Televisi

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Promosi UT di media televisi” sudah baik sebesar 24% namun 76% menyatakan kurang baik.



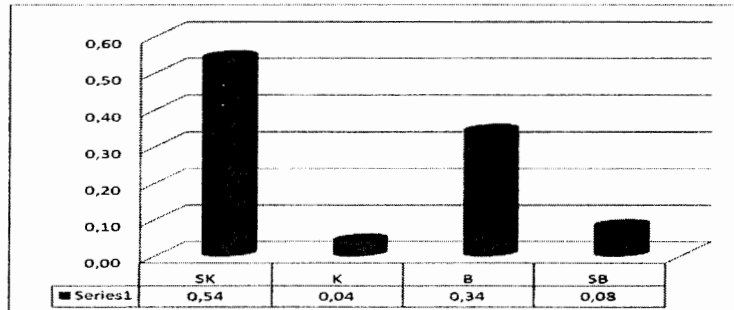
54. Promosi UT di Radio

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Promosi UT di Radio” sudah baik sebesar 24% namun 76% menyatakan kurang baik.



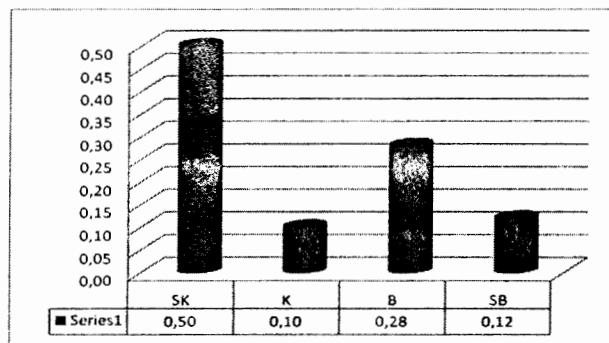
55. Promosi UT melalui Pengelola UT

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, kecenderungan responden menyatakan bahwa, “Promosi UT lewat pengelola UT” sudah cukup baik sebesar 42% namun 58% menyatakan kurang baik.

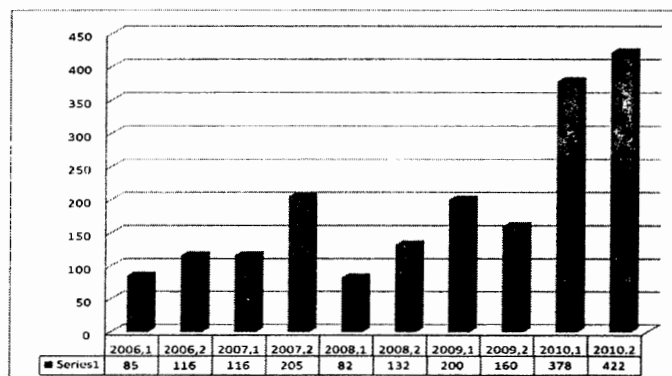


56. Diagram Histogram untuk pertanyaan 52 (promosi UT)

Berdasarkan perhitungan persentase, untuk pertanyaan, responden menyatakan bahwa, “Informasi wisuda mudah diperoleh” sudah baik sebesar 40%, sedangkan 60% menyatakan kurang baik.



57. Jumlah mahasiswa baru yang diterima untuk tiap semesternya



Jumlah mahasiswa baru sejak masa ujian 2006.1 sampai dengan 2010.2 terus meningkat sekitar 4.96 %>hal tersebut diakeranakn UPBJJ-UT bengkulu terus melakukan promosi dalam memperoleh mahasiswa, baik melalui media cetak, televisi, radio maupun pembentukan pengelola Pokjar.

5.4 Analisis Terhadap Variabel Pengaruh Strategi Promosi

Analisis dilakukan untuk melihat kontribusi item-item pertanyaan terhadap variabel pengaruh persepsi bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah mahasiswa pada pendidikan terbuka dan jarak jauh.

a. Persepsi responden terhadap pelayanan Registrasi

Data responden dalam penelitian ini berjumlah 50 responden yang terdiri dari point regristrasi berjumlah 7 pertanyaan tertutup. Khusus untuk pertanyaan 1 dan 4 terjadi rentang jawaban yang cukup ekstrim, dimana responden dalam menanggapi pertanyaan, menjawab “sangat kurang” atau “sangat baik”. Bila

dilihat dari rata-ratanya, responden cenderung mengatakan bahwa item-item yang ditanyakan dalam point registrasi sudah dilaksanakan dengan baik.

Tabel 3 Persepsi Responden terhadap Pelayanan Registrasi

NO	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P1	Ketersediaan informasi mengenai registrasi	3.14	baik
P2	Ketersediaan fomulir registrasi	3.24	baik
P3	Ketersediaan tanda Bukti Setor Bank	3.24	baik
P4	Akurasi data registrasi pada bukti registrasi (nama,mata kuliah, tempat ujian)	3.26	baik
P5	Kemudahan melakukan pembayaran biaya pendidikan melalui Bank BRI	3.20	baik
P6	Kemudahan melakukan biaya pendidikan melalui bank BTN	3.04	baik
P7	Bukti registrasi mata kuliah telah diterima mahasiswa setiap semester	3.30	baik
Rata-rata Total		3,20	Baik

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa 45 responden mengatakan bahwa kualitas pelayanan registrasi baik sebesar 3,20. Dimana responden menilai butir pertanyaan, “Ketersediaan fomulir registrasi”, “Ketersediaan tanda Bukti Setor Bank”, “Akurasi data registrasi pada bukti registrasi (nama,mata kuliah, tempat ujian)”, “Bukti registrasi mata kuliah telah diterima mahasiswa setiap semester” berada diatas nilai rata-rata.

Pelayanan registrasi di UPBJJ-UT Bengkulu secara keseluruhan dapat dikatakan baik, sesuai dengan karakteristik pelayanan yang dikemukakan oleh Nazir (1997) yang meliputi mudah dimengerti, mudah dilaksanakan, pelayanan diberikan secara jelas dan pasti, pelayanan secara efektif, pelanggan setiap saat dapat dengan mudah memperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan pelayanan baik teknis maupun administrasi, pelanggan selalu diperlakukan dengan motto “ *costumer is a king and costumer is always right*”.

b. Persepsi responden terhadap pelayanan Ujian

Untuk point ujian terdiri atas, 12 item pertanyaan, khusus untuk pertanyaan 8, 12, 13, 14, 16, dan 17 responden menjawab cukup ekstrim. Keseluruhan pertanyaan cenderung dinilai baik oleh responden, namun demikian pada pertanyaan 14, 16, dan 19, bila dilihat rata-rata dari jawaban responden (dibawah 3) mengindikasikan adanya penilaian yang berbeda antara penilaian “kurang” dan “baik”.

Tabel 4. Persepsi Responden terhadap Pelayanan Ujian

	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P8	Ketersediaan informasi pelaksanaan ujian	3.10	Baik
P9	Ketersediaan kartu tanda peserta ujian	3.24	Baik
P10	Ketersediaan naskah ujian	3.16	Baik
P11	Kelengkapan naskah ujian	3.22	Baik
P12	Profesionalitas petugas ujian	3.06	Baik
P13	Ketertiban pelaksanaan ujian	3.00	Baik
P14	Kemudahan menjawab naskah ujian	2.82	Baik
P15	Keterbacaan naskah ujian	3.02	Baik
P16	Seluruh soal ujian berkaitan dengan bahan ajar	2.86	Baik
P17	Ketepatan pengumuman hasil ujian	3.02	Baik
P18	Kelengkapan nilai pada DNU sesuai dengan mata kuliah yang diikuti ujiannya	3.04	Baik
P19	Hasil ujian sangat memuaskan dengan usaha yang telah dilakukan	2.82	Baik
	Rata-rata Total	3,03	Baik

Berdasarkan Tabel4 terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa kualitas pelayanan ujian sudah relatif cukup baik sebesar 3,03. Responden menilai hampir seluruh item-item pertanyaan berada diatas nilai rata-rata terkecuali item pertanyaan , “kemudahan menjawab naskah ujian”, “seluruh soal ujian berkaitan dengan bahan ajar”, dan “hasil ujian sangat memuaskan dengan usaha yang telah dilakukan” yang di bawah nilai rata-rata persepsi .

Persepsi responden berkaitan dengan kemudahan menjawab naskah ujian, serta yang berkaitan dengan hasil ujian sangat memuaskan dengan hasil yang telah dilakukan mendapatkan nilai yang lebih rendah dibandingkan yang lain yaitu hanya 2.82, hal tersebut disebabkan bahwa mereka menganggap sulit terhadap naskah ujian Universitas Terbuka.

c. Persepsi Responden terhadap Layanan Administrasi Akademik

Untuk point layanan administrasi akademik, berjumlah 6 item pertanyaan, responden mengisi seluruh pertanyaan, dimana jawaban yang diberikan berada pada rentang “sangat kurang”, “kurang”, “baik”, dan “sangat baik”. Tingkat kepuasan responden terhadap layanan administrasi akademik baik, namun rata-rata jawaban responden masih kisaran antara 2.8-3.1, artinya kriteria baik nya belum terlalu nyata secara statistika.

Tabel 5 Persepsi responden terhadap Layanan Administrasi Akademik

No	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P20	Katalog menjadi sumber informasi paling lengkap dan benar	3.16	Baik
P21	Informasi tambahan cukup waktu untuk disosialisasikan	2.90	Baik
P22	Pemrosesan alih kredit sesuai dengan prosedur dan waktu maksimal 1 bulan	2.68	Baik
P23	Kemudahan mengurus kesalahan data pribadi mahasiswa	2.82	Baik
P24	Kemudahan mengurus kasus nilai ujian	2.82	Baik
P25	Kemudahan mengurus kasus kesalahan data di ijazah/transkrip nilai	2.94	Baik
	Rata-rata Total	2.89	Baik

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa kualitas layanan administrasi akademik relatif cukup baik sebesar 2,89. Responden hanya menilai butir pertanyaan, “Katalog menjadi sumber informasi paling lengkap dan benar”, “Informasi tambahan cukup waktu

untuk disosialisasikan”, “Akurasi data registrasi pada bukti registrasi (nama, mata kuliah, tempat ujian)”, “Kemudahan mengurus kasus kesalahan data di ijazah/transkrip nilai” berada diatas nilai rata-rata. Secara keseluruhan dapat dikatakan pelayanan administrasi akademik dikatakan sudah baik, karena UPBJJ-UT Bengkulu telah mengacu pada prosedur ISO 9001:2008.

d. Persepsi Responden terhadap Fasilitas Teknologi

Untuk point fasilitas teknologi, berjumlah 6 item-item pertanyaan, dimana responden beranekaragam. Bila dilihat dari rata-rata jawaban responden, kecendrungan responden memberikan penilaian cukup baik terhadap fasilitas teknologi UT.

Tabel 6. Persepsi Responden terhadap Fasilitas Teknologi

No	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P26	Informasi adanya website UT	3.14	Baik
P27	Kemudahan mengakses website UT	3.06	Baik
P28	Kemudahan mengakses informasi melalui website UT	3.10	Baik
P29	Kemudahan mengakses nilai melalui website UT	2.98	Baik
30	Kemudahan membeli bahan ajar melalui website UT	3.04	Baik
Rata-rata Total		3,06	Baik

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa kualitas fasilitas registrasi relatif cukup baik sebesar 3,06. Responden hampir seluruhnya berada diatas nilai rata-rata terkecuali pertanyaan “Kemudahan mengakses nilai melalui website UT”, hal tersebut dikarenakan bahwa responden tidak bisa menggunakan internet dengan baik dan jaringan internet di Bengkulu belum seluruh daerah memiliki akses internet yang baik.

e. Persepsi Responden terhadap Pelayanan

Untuk point pelayanan, terdiri dari lima item pertanyaan. Untuk masing-masing pertanyaan, responden cenderung memberikan pilihan bahwa pemberian pelayanan telah cukup baik.

Tabel 7. Persepsi Responden terhadap Pelayanan

No	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P31	Keramahan pegawai dalam melayani	3.40	Baik
P32	Birokrasi yang mudah	3.34	Baik
P33	Tidak adanya pungutan biaya diluar ketentuan	3.30	Baik
P34	Kemudahan bertemu dengan staf atau pimpinan UT dalm mengurus administrasi akademik	3.44	Baik
P35	Kenyamanan dalam pelayanan	3.38	Baik
Rata-rata Total		3,37	Baik

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa kualitas pelayanan registrasi baik sebesar 3,37. Dimana responden menilai butir pertanyaan, “Keramahan pegawai dalam melayani”, “Kemudahan bertemu dengan staf atau pimpinan UT dalam mengurus administrasi akademik”, “Kenyamanan dalam pelayanan” berada di atas nilai rata-rata. Hal tersebut dikarenakan Universitas Terbuka memiliki tata cara yang sudah sangat baik dalam memberikan pelayanan kepada mahasisw.

f. Persepsi Responden terhadap Pembiayaan Perkuliahan di UT

Untuk point pembiayaan kuliah di UT, terdiri atas tiga pertanyaan, dimana masing-masing pertanyaan di jawab seluruhnya oleh responden. Yang perlu menjadi perhatian adalah point pertanyaan 37, dimana rentang pilihan yang sering di jawab oleh responden cukup ekstrim dan rata-rata tingkat penilaian baiknya dibawah angka 3 (baik).

Tabel 8. Persepsi Responden terhadap Pembiayaan Perkuliahan di UT

No	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P36	Pembiayaan SPP mudah dijangkau (murah)	3.16	Baik
P37	Harga modul murah	2.80	Baik
P38	Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima	3.00	Baik
Rata-rata Total		2,98	Baik

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa Pembiayaan Perkuliahan di UT baik yaitu sebesar 2,98. Dimana responden menilai butir pertanyaan, “Pembiayaan SPP mudah dijangkau (murah)”, “Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima” berada diatas nilai rata-rata. Biaya pendidikan di Universitas Terbuka lebih murah dibandingkan dengan universitas lain. Sehingga mahasiswa merasa bahwa pembiayaan kuliah di universitas terbuka relatif murah.

g. Persepsi responden terhadap Penyelenggaraan Pelayanan di UT

Point penyelenggaraan pelayanan di UT, terdiri atas 9 pertanyaan. Responden mengatakan bahwa pelayanan yang dilakukan penyelenggara baik, belum cukup signifikan, seperti pada pertanyaan, P39, P40, P45, P46, dan P47.

Tabel 9. Persepsi Responden terhadap Penyelenggaraan Pelayanan di UT

No	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P39	Kelayakan tempat tutorial	2.82	Baik
P40	Kelayakan tempat ujian	2.72	Baik
P41	Kelayakan tempat penyelenggaraan praktek/praktikum	2.92	Baik
P42	Jumlah ruang ujian dan ruang tutorial cukup	2.94	Baik
P43	Akses jalan menuju tempat tutorial mudah	3.02	Baik
P44	Kelayakan ukuran meja dan kursi tempat tutorial/ujian	3.02	Baik
P45	Ketersediaan toilet	2.84	Baik

P46	Ketersediaan ruang untuk ibadah di tempat tutorial/ujian	2.66	Baik
P47	Kelayakan tempat tutorial	2.80	Baik
Rata-rata Total		2,86	Baik

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa penyelenggaraan pelayanan di UT registrasi baik yaitu sebesar 2,86. Dimana responden menilai butir pertanyaan, “kelayakan tempat ujian”, “ketersediaan toilet”, “ketersediaan ruang untuk ibadah di tempat tutorial/ujian” berada di bawah nilai rata-rata. Hal tersebut disebabkan tempat kegiatan ujian maupun tutorial di sekolah dasar, sehingga masih ada beberapa daerah yang belum tersedia toilet yang layak dan ketersediaan tempat ibadah.

Beberapa factor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu barang adalah produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*) dan promosi (*promotion*). Tempat sangat berpengaruh konsumen untuk dapat membeli barang, jika dikaitkan dengan penyelenggaraan pelayanan bahwa UPBJJ-UT Bengkulu harus bisa memberikan pelayanan tempat yang lebih baik kepada mahasiswa.

h. Persepsi responden terhadap Promosi UT

Point promosi UT terdiri atas 5 item pertanyaan data, yang valid berjumlah 50 responden

Tabel 10. Persepsi responden terhadap Promosi UT

	Indikator	Rata-rata	Deskripsi
P48	Bagaimana promosi UT di media massa	1.9200	Kurang
P49	Bagaimana promosi UT di media televisi	1.7400	Kurang
P50	Bagaimana promosi UT di radio	1.7200	Kurang
P51	Bagaimana promosi UT lewat pengelola pokjar	1.9600	Kurang
P52	Informasi wisuda mudah diperoleh	2.0200	Kurang
Rata-rata Total		1,87	Kurang

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa Promosi UT registrasi kurang baik yaitu sebesar 1.87, namun

demikian responden menilai butir pertanyaan, “Bagaimana promosi UT di media massa”, “Bagaimana promosi UT lewat pengelola pokjar”, “Informasi wisuda mudah diperoleh” berada di atas nilai rata-rata. Tapi secara keseluruhan bahwa promosi UT UPBJJ Bengkulu masih dikatakan kurang untuk kegiatan promosi melalui iklan pada media massa, televisi, radio, maupun lewat pengelola Pokjar.

Kegiatan promosi melalui media cetak maupun elektronik di UPBJJ-UT Bengkulu dikatakan masing kurang, hal ini disebabkan, karena kurangnya dana untuk kegiatan promosi sehingga UPBJJ-UT Bengkulu belum maksimal melakukan kegiatan promosi baik melalui media cetak dan elektronik.

Bila UPBJJ-UT Bengkulu ingin meningkatkan jumlah mahasiswa maka kegiatan promosi pada media cetak dan elektronik perlu digiatkan UPBJJ-UT Bengkulu dapat berkomunikasi kepada para calon mahasiswa. Kegiatan tersebut bertujuan agar calon mahasiswa mengetahui informasi yang lengkap tentang universitas terbuka.

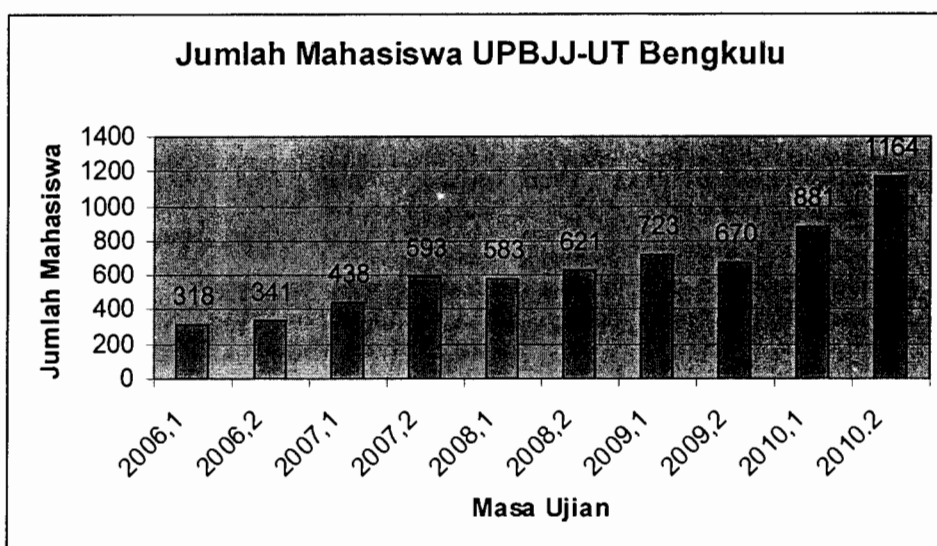
5.5 Pembahasan

UPBJJ-UT Bengkulu telah memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa, dengan kualitas yang terbaik. Berdasarkan hasil penilaian responden bahwa pelayanan yang diberikan oleh UPBJJ-UT Bengkulu dikatakan baik terlihat dari pelayanan registrasi, pelaksanaan ujian, layanan administrasi akademik, fasilitas teknologi, pelayanan pegawai, pembiayaan perkuliahaan, tempat penyelenggaraan tutorial dan ujian. Namun untuk kegiatan promosi melalui media masih dikatakan kurang, sehingga untuk kedepannya UPBJJ-UT Bengkulu lebih meningkatkan kegiatan promosi.

Pelayanan yang baik, sangat berpengaruh terhadap jumlah mahasiswa program non pendas. Adapun jumlah mahasiswa setiap masa ujian terus meningkat, seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 11 Jumlah mahasiswa Program Non Pendas pada Masa Ujian 2006.1 s.d 2010.2

Masa ujian	Jumlah Mahasiswa Ulang dan Baru	Jumlah mahasiswa ulang	Jumlah mahasiswa baru
2006.1	318	233	85
2006.2	341	225	116
2007.1	438	322	116
2007.2	593	388	205
2008.1	583	501	82
2008.2	621	489	132
2009.1	723	523	200
2009.2	670	510	160
2010.1	881	503	378
2010.2	1164	722	422



Setiap masa ujian terjadi peningkatan jumlah mahasiswa, mulai masa ujian 2009.2 UPBJJ-UT Bengkulu mulai memaksimalkan kegiatan pemasaran, pembentukan pengelola kelompok belajar program non pendas, serta meningkatkan mutu pelayanan dalam segala hal. Peningkatan pelayanan yang baik bertujuan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa program non pendas. Pada tabel 11 terlihat juga bahwa jumlah mahasiswa yang meregistrasi (baru dan ulang) terbanyak pada masa ujian 2010.2 yaitu sebanyak 1164 mahasiswa.

Peningkatan jumlah mahasiswa sejak masa ujian 2006.1 sampai dengan 2010.2 terjadi peningkatan jumlah mahasiswa yang melakukan registrasi sebesar 27 %, sehingga untuk kedepannya lebih ditingkatkan lagi sosialisasi untuk mahasiswa yang aktif untuk melakukan registrasi ulang sampai selesai studi di

Universitas Terbuka, khususnya di UPBJJ-UT Bengkulu. Dapat dikatakan bahwa persepsi yang baik terhadap pemasaran yang diberikan UPBJJ-UT Bengkulu berpengaruh positif dikarenakan pelayanan yang baik kepada mahasiswa maupun calon membuat mahasiswa mudah untuk menyelesaikan studi di Universitas Terbuka.

BAB V

Kesimpulan

1. Diantara point pertanyaak kepada responden, apabila diurutkan yang memberikan tingkat kepuasan tinggi sehingga dapat meningkatkan jumlah mahasiswa adalah: pelayanan (3,37), registrasi (3,20), fasilitas Teknologi (3.06), ujian (3.03), pembiayaan kuliah (2.98), layanan administrasi akademik (2,89), penyelenggaraan pelayanan (2,86), promosi (1,87)
2. Registrasi, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada registrasi dikarenakan adanya, “ketersediaan fomulir registrasi”, “ketersediaan tanda Bukti Setor Bank”, “akurasi data registrasi pada bukti registrasi (nama,mata kuliah, tempat ujian)”, “bukti registrasi mata kuliah telah diterima mahasiswa setiap semester” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu ditingkatkan mengenai, “ketersediaan informasi mengenai registrasi” dan “Kemudahan melakukan biaya pendidikan melalui bank BTN”.
3. Ujian, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada ujian dikarenakan adanya , “ketersediaan informasi pelaksanaan ujian”, “ketersediaan kartu tanda peserta ujian”, “ketersediaan naskah ujian”, “kelengkapan naskah ujian”, “profesionalitas petugas ujian”, “ketertiban pelaksanaan ujian”, “ketepatan pengumuman hasil ujian”, “kelengkapan nilai pada DNU sesuai dengan mata kuliah yang diikuti ujiannya” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu ditingkatkan mengenai, “Kemudahan menjawab naskah ujian”, “keterbacaan naskah ujian”, dan “seluruh soal ujian berkaitan dengan bahan ajar” .
4. Layanan Administrasi Kademik, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada Layanan Administrasi Kademik dikarenakan adanya , “Katalog

menjadi sumber informasi paling lengkap dan benar”, “Informasi tambahan cukup waktu untuk disosialisasikan”, dan “Kemudahan mengurus kasus kesalahan data di ijazah/transkrip nila” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu ditingkatkan mengenai, “Pemrosesan alih kredit sesuai dengan prosedur dan waktu maksimal 1 bulan”, “Kemudahan mengurus kesalahan data pribadi mahasiswa”, “Kemudahan mengurus kasus nilai ujian”.

5. Fasilitas Teknologi, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada Fasilitas Teknologi dikarenakan adanya, “Informasi adanya website UT”, “Kemudahan mengakses website UT”, “Kemudahan mengakses informasi melalui website UT”, “Kemudahan membeli bahan ajar melalui website UT” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu ditingkatkan mengenai, *“Kemudahan mengakses nilai melalui website UT”*.
6. Pelayanan, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada registrasi dikarenakan adanya , “Keramahan pegawai dalam melayani”, “Birokrasi yang mudah”, “Kemudahan bertemu dengan staf atau pimpinan UT dalam mengurus administrasi akademik”, “Kenyamanan dalam pelayanan” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu ditingkatkan mengenai, *“akan adanya pungutan biaya diluar ketentuan”*.
7. Pembiayaan kuliah, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada pembiayaan kuliah dikarenakan adanya , “Pembiayaan SPP mudah dijangkau (murah)”, “Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu diperhatikan mengenai, “Harga modul”.
8. Penyelenggaraan Pelayanan, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada Penyelenggaraan Pelayanan dikarenakan adanya , “Kelayakan tempat penyelenggaraan”, “praktek/praktikum”, “Jumlah ruang ujian dan

ruang tutorial cukup”, “Akses jalan menuju tempat tutorial mudah”, “Kelayakan ukuran meja dan kursi tempat tutorial/ujian” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu ditingkatkan mengenai, “Kelayakan tempat tutorial”, “Kelayakan tempat ujian”, “Ketersediaan toilet”, dan “Ketersediaan ruang untuk ibadah di tempat tutorial/ujian”.

9. Promosi yang dilakukan UT, sebagian besar mahasiswa UT mengatakan bahwa yang mempengaruhi peningkatan jumlah mahasiswa untuk point-point pada promosi yang dilakukan UT dikarenakan adanya , “promosi UT di media massa”, “promosi UT lewat pengelola pokjar”, “Informasi wisuda mudah diperoleh” . Sebagai bahan masukan untuk UT, perlu ditingkatkan mengenai, “*promosi UT di media televisi, ”, promosi UT di radio*”.
10. Persepsi yang baik terhadap pelayanan yang diberikan UPBJJ-UT Bengkulu berpengaruh kepada mahasiswa maupun calon mahasiswa untuk menambah jumlah mahasiswa yang meregistrasi ulang maupun mahasiswa baru.

DAFTAR PUSTAKA

Assael, (1997). *Marketing*, Harcourt Brace College Publishers

Asnamawati, Lina (20019) *Partisipasi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Universitas Terbuka Online (Studi Kasus Mahasiswa Program Non Pendas UPBJJ Bengkulu)*.Hasil Penelitian Univeristas Terbuka.Jakarta

Dwi, Aryani (2009). *Kegiatan Promosi pada Bank BPD DIY*. Diunduh 4 Februari 2009 dari <http://jurnalskripsi.com/2009>

Iriyani, Dwi (2003). *Efektivitas Pemasangan Iklan di Surat kabar dalam Rangka Promosi Universitas Terbuka di UPBJJ-UT Surabaya*. Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh. Vol.4 nomor.1

Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, Planing, Implementasi, and Control. (Ninth Edition)*. Pretice Hall International, Inc. New Jersey.

Kiyosaki (1998). *The Cashflow Quadrant*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Kotler, P (2001). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implemmentation and Control*, Millennium Edition, Prentice Hall Inc, New Jersey.

Kotler, P(2006). *Marketing Management*. 12 th Edition, International Edition, , Prentice hall, New Jersey

Lovelock, Christoper H. (1992). *Managing Service : Marketing Operation and Human Resources*. Pretice Hall. Englewood Cliffs. New Jersey.

Mikkelsen, Britha (2001). *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-Upaya Pemberdayaan*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.

Nasution, Zulkarnain (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan, Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. UMM Press. Malang.

Pandutomo, 2009. *Persepsi Konsumen*. Diunduh tanggal 2 Februari 2010 melalui <http://Pandutomo.blogspot.com>

Rangkuti, Freddy (2008). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Rangkuti, Freddy (2009) *Strategi Promosi Yang Kreatif*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sutisna (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Suryabrata, S., (2006,) *Metodologi Penelitian*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Santoso, Urip (2008). *Strategi Promosi untuk Meningkatkan Incoming Student di Jurusan Peternakan UNIB*. Diunduh tanggal 6 Februari 2009 dari <http://uripsantoso.wordpress.com/2008>.
- Susanto, Erik (2009). *Hubungan Persepsi konsumen atas atribut produk Telkom fleksi dengan loyalitas di wilayah Bandung Pusat*. Diunduh tanggal 3 Februari 2010 dari <http://jurnalskripsi.com/2009>
- Tandjung, Jenu Widjaja (2008). *Menjadi Penjual ber Mental Harimau, 49,5 cara Menjual untuk Mencapai Target Penjualan*. Elex media Komputindo. Jakarta
- Yazid, Yazid (2008). *Pemasaran Jasa. Ekonisia*. Yogyakarta
- Zeithaml, Valerie A, Mary Jo Bitner (1996). *Services Marketing*. International Edition. McGraw-Hill

CURRICULUM VITAE KETUA

I. Identitas Penulis

1. Nama : Drs. Rufran Zulkarnain R., M.Pd
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Tempat/tangga lahir : Rejang Lebong, 5 Oktober 1959
4. Jabata/Gol : Lektor Kepala/IVa
5. NIP : 195910051985031006
6. Unit Kerja : Jurusan Ilmu Pendidikan FKIP Universitas
Bengkulu dpk UPBJJ-UT Bengkulu

II. Riwayat Pendidikan

No	Pendidikan	Tempat	Tahun	Spesialisasi
1.	SD	SD IV Kepahiang	1972	
2.	SMP	SMPN Manna	1975	
3.	SMA	SPGN Bengkulu	1979	
4.	S1 (Drs.)	IKIP Sanata Darma Togyakarta	1983	Pendidikan Umum
5	Magister (M.Pd)	IKIP Negeri Malang	1996	Pendidikan Luar Sekolah

III. Pengalaman Jabatan Struktural Edukatif:

Tahun	Instansi	Jabatan
1983-1991	STKIP Muhamadiyah Bengkulu	Dosen Tidak Tetap
1984-1986	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH. Bengkulu	Dosen Tidak Tetap
1984-1985	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH. Bengkulu	Kabag. TU FISIP
1985-1986	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH. Bengkulu	Kabag Akademik BAAK
1985-skrng	FKIP Unversitas Bengkulu	Dosen Jur. Ilmu Pendidikan

1987-1989	Jur. Ilmu Pendidikan FKIP UNIB	Sekretaris Jurusan
1988-1991	SMA Taruna Bhakti Bengkulu	Kepala Sekolah
1992-1993	Program Studi PGSD FKIP UNIB	Ketua UPP 02
1996-1997	Program Studi PGSD FKIP UNIB	Ketua UPP PTM
1997-2001	Universitas Bengkulu	Ka. Badan Pelaks. KKN
2000-2001	FKIP Universitas Bengkulu	Anggota Senat Fakultas
2001-2004	FKIP Universitas Bengkulu	Ketua Prodi PGSD
2002-2004	FKIP Universitas Bengkulu	Anggota Senat Fakultas
2002-2004	Universitas Bengkulu	Kepala UPT MKU
2004-2005	Universitas Bengkulu	Anggota Senat Universitas
2005-skrng	UPBJJ-UT Bengkulu	Kepala

IV. Pengalaman Organisasi dan Profesi

Tahun	Nama Organisasi Profesi	Jabatan
1985 - sekarang	PGRI	Anggota
2002 - 2006	Forum Komunikasi Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Indonesia (FKPKBM) Pusat	Pengurus Bidang Informasi dan Komunikasi
2002 - sekarang	Yayasan Pendidikan Ratu Samban	Pembina
2003 - sekarang	Yayasan Pendidikan Semulen Keme	Pembina
2005 - sekarang	Yayasan GEMA NUSA	Wakil Ketua
2006 - sekarang	Yayasan Pendidikan INDOCERTER	Pembina

V. Pengalaman Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat :

1. Pengembangan Model Kurikulum Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Kompetensi dan Implementasinya pada Universitas Bengkulu, Hibah Bersaing Multi Years, sejak tahun 2003, Dana Dikti Depdiknas (Penelitian)

2. Ketua Pelaksana Program Pendampingan (Back Stopping) Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) di Kota Bengkulu, Proyek Dirjen PLSP Depdiknas, tahun 2003-2004
3. Ketua Pelaksana Program Pendampingan (Back Stopping) Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) di Kabupaten Bengkulu Utara, Proyek Dirjen Pendidikan Luarsekolah dan Pemuda (PLSP) Depdiknas, tahun 2003-2004
4. Ketua Pelaksana Program Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills) Beternak Itik dan memelihara Ikan Air Tawar di Kecamatan Muara Bangkahulu, Proyek Dirjen Pendidikan Luar Sekolah dan Pemuda (PLSP) Depdiknas, tahun 2003-2004
5. Penatar pada Penataran Tutor Program Paket A Pusat Kegiatan belajar Masyarakat (PKBM) Provinsi Bengkulu, Penyelenggara Subdin PLS Dinas Diknas Provinsi Bengkulu, tahun 2003
6. Penatar pada Penataran Tutor Program Paket B Pusat Kegiatan belajar Masyarakat (PKBM) Provinsi Bengkulu, Penyelenggara Subdin PLS Dinas Diknas Provinsi Bengkulu, tahun 2003
7. Penatar pada Penataran Pengelola Pusat Kegiatan belajar Masyarakat (PKBM) Provinsi Bengkulu, Penyelenggara Subdin PLS Dinas Diknas Provinsi Bengkulu, tahun 2003
8. Penatar Calon Pengawas MTS dan Tsanawiyah Provinsi Bengkulu, Penyelenggara LPMP Bengkulu, tahun 2003
9. Penatar Calon Pengawas MTS dan Tsanawiyah Provinsi Bengkulu, Penyelenggara Kanwil Depag Provinsi Bengkulu, tahun 2003
10. Pemakalah pada Rakerda Dinas Diknas Provinsi Bengkulu, Devisi Pendidikan Luar sekolah, Penyelenggara Dinas Diknas Provinsi Bengkulu, tahun 2003
11. Pemakalah pada Seminar Universitas Terbuka (UT) Judul Relevansi Kompetensi Lulusan PGSD terhadap Kebutuhan Pemakai, Penyelenggara UPBJJ-UT Bengkulu, tahun 2003

12. Penatar pada Pelatihan Calon Tenaga Lapangan Dikmas Provinsi Bengkulu, Penyelenggara Subdin PLS Dinas Diknas Provinsi Bengkulu, 2004
13. Sekretaris Pelaksana Program Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills) Perbengkelan Sepeda Motor di Kecamatan Muara Bangkahulu, Proyek Dirjen PLSP Depdiknas, tahun 2004-2005
14. Sekretaris Pelaksana Program Pendampingan (Back Stopping) Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) di Kota Bengkulu, Proyek Dirjen PLSP Depdiknas, tahun 2004-2005
15. Pemakalah pada Rapat Koordinasi Universitas Terbuka dan Dirjen PMPTK, Judul Penyelenggaraan Tutorial, Penyelenggara Universitas Terbuka bekerjasama dengan Dirjen PMPTK Depdiknas, 2005
16. Peserta Konfrensi The 20th AAOU Annual Conference, Kunming. China, utusan dari UPBJJ-UT Bengkulu 11-14 Oktober 2006

VI. Publikasi:

1. Pembakaran Sekolah, PKBM Jadi Alternatif, Solusi Pendidikan Saat dan Pasca Perang di Aceh (Opini) Harian Rakyat Bengkulu, 30 Mei 2003
2. Relevansi Kompetensi Lulusan PGSD terhadap Kebutuhan Pemakai, Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Mei 2003
3. Buta Huruf dan Upaya Pengentasannya (Opini) Harian Rakyat Bengkulu, 27 Juni 2003
4. Paket C Sama dengan SMU (Opini) Harian Rakyat Bengkulu, 16 Juli 2004
5. PADU dan Persoalan Pendidikan Nasional (Opini) Harian Rakyat Bengkulu, 30 Juni 2003
6. Percepatan Pendidikan Non-formal di Bengkulu (Opini) Harian Rakyat Bengkulu, 15 November 2003

Lampiran 2

CURRICULUM VITAE ANGGOTA PENELITI

I. IDENTITAS DIRI

Nama : Lina Asnamawati,SP
TTL : Tangerang, 22 September 1981
Pekerjaan : Dosen FMIPA Universitas Terbuka dpk. UPBJJ-UT
Bengkulu
Alamat : Jl. Rinjani XI No. 55, Kelurahan Jembatan Kecil
Kota Bengkulu
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : S1 Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian
Institut Pertanian Bogor
No HP : 081373404001

II. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN FORMAL

1999-2003 Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian
Institut Pertanian Bogor
1996-1999 SMUN 6 Tangerang
1993-1996 SMPN 11 Tangerang
1988-1993 SDN III Poris Gaga Tangerang

III. PENGALAMAN ORGANISASI

1999-2004 KSR PMI Unit I IPB
2000-2003 Pengurus DKM Alhuriyaah IPB
2007-2008 Pimpinan Redaksi Buletin Robbani Bengkulu
2007- 2008 Relawan Lembaga Kemanusiaan Nasional PKPU Cab.
Bengkulu
2008-sekarang Pengurus PW Salimah Bengkulu

IV. PENGALAMAN KERJA

2002-2003	Guru Taman Pendidikan Anak Al-Muhajirin Bogor
2004-2006	Lembaga Amil Zakat Nasional Rumah Zakat Indonesia Cab. Tangerang, Biro Keuangan
2006-sekarang	Tenaga Pengajar FMIPA Universitas Terbuka dpk. UPBJJ- UT Bengkulu

V. PELATIHAN

2007	Pelatihan Tutor diselenggarakan oleh PSDM UT di Bengkulu
2007	Training Quality Management System Based On ISO 9001:2000 Standard
2007	Pelatihan Penelitian Kelembagaan diselenggarakan oleh PSDM UT di Jakarta
2008	Pelatihan Pelatih Tutor diselenggarakan oleh PSDM UT di Jakarta
2008	Pelatih Totorial On Line diselenggarakan oleh PSDM UT di Jakarta
2008	Pelatih Pelatihan Tutor yang diselenggarakan UPBJJ-UT Bengkulu
2009	Pendamping Tim Disperseni dari UPBJJ-UT Bengkulu
2009	Pelatih Pelatihan Tutor yang diselenggarakan UPBJJ-UT Bengkulu
2009	Pelatihan Customer Service yang diselenggarakan oleh PSDM UT bekerjasama dengan lembaga pelatihan mavens
2009	Pelatihan Digital Mark Reader (DMR) UPBJJ Angkatan 2

VI. PENELITIAN DAN PUBLIKASI

2006	Faktor-Faktor Partisipasi Masyarakat Adat Dalam Pelestarian Hutan (Jurnal INSPIRASI, 2006)
2007	Persepsi Dosen FKIP Universitas Bengkulu Terhadap Bahan Ajar Universitas Terbuka Yang Digunakanannya Sebagai

- Sumber Ajar Pokok Pembelajaran (LPPM Universitas Terbuka,2007)
- 2008 Hubungan Persepsi Mahasiswa Atas Pelaksanaan Tutorial Tatap Muka terhadap Kualitas Hasil Belajar Mahasiswa Program Pendas Masa Ujian 2008.1 di UPBJJ Universitas Terbuka Bengkulu
- 2009 Partisipasi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Universitas Terbuka Online (Studi Kasus Mahasisiwa Program Non Pendas UPBJJ Bengkulu)
- VII SEMINAR
- 2006 Peserta Seminar Topics : E-Learning: A Future Of Education; The Capability of Diploma III Students in Applying " The Simple Present Tense" On Writing I Final Examination 2004.2 yang diselenggrakan oleh Universitas Terbuka di Tangerang
- 2007 Peserta Seminar Pelaksanaan Pembangunan Berkelanjutan di Propinsi Bengkulu yang diselenggarakan oleh Kementrian Negara Lingkungan Hidup dengan Lembaga Penelitian Universitas Bengkulu.
- 2009 Peserta Seminar Optimalisasi Peran Muslimah Dalam Menjaga Keutuhan NKRI diselenggrakan oleh PP SALIMAH Jakarta
- 2009 Penyaji Seminar Pada Penyelenggrakaan Kegiatan Seminar Penelitian Dosen UPBJJ-UT Bengkulu. Judul Penelitian " Partisipasi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Universitas Terbuka Online"
- 2009 Pemakalah Seminar Nasional Tahun 2009 dengan Tema: "Antisipasi Percepatan Sertifikasi untuk Menciptakan Guru yang Profesional". Diselenggarakan oleh UPBJJ-UT Bengkulu
- 2009 Pemakalah Seminar Pendidikan PW SALIMAH Bengkulu dengan Tema: " Optimalisasi guru dan orang tua dalam mendidik anak berkualitas " diselenggrakan oleh PW SALIMAH Bengkulu

VIII PENGABDIAN MASYARAKAT

- | | |
|------|---|
| 2007 | Pendamping Program Sinergis Pemberdayaan Komunitas (PROSPEK) di Lembaga Kemanusiaan dan Amil Zakat Nasional dan Daerah |
| 2008 | Fasilitator kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka Program Pemberantasan Buta Aksara (PBA) di wilayah UPBJJ-UT Bengkulu |
| 2009 | Sosialisasi dan Promosi Program Non Pendas masa ujian 2010.1 di UPBJJ-UT Bengkulu |

Lampiran 3

KUISIONER

Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul "Persepsi Mahasiswa Terhadap Bauran Pemasaran yang Berpengaruh pada Peningkatan Jumlah Mahasiswa Pada Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh" maka dimohonkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara sudilah kiranya untuk mengisi angket ini.

Hasil penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan kelembagaan dalam rangka membantu proses peningkatan kualitas dan pelayanan pihak UPBJJ-UT Bengkulu khususnya Program Non Pendas dan tidak untuk mencari kesalahan pihak manapun. Saya berharap Bapak/Ibu/Saudara dapat mengisi angket ini secara jujur dan bertanggung jawab, dan saya menjamin kerahasiaan atas informasi serta data yang telah Bapak/Ibu/Saudara berikan.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi angket ini, diucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Lina Asnamawati

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Pengisian dibenarkan hanya satu alternatif jawaban.

Pilihan:	SK = Sangat Kurang	Skor 1
	K = Kurang	Skor 2
	B = Baik	Skor 3
	SB = Sangat Baik	Skor 4

2. Mohon diperiksa kembali jawaban agar tidak ada item yang terlewatkan ataupun salah.

DAFTAR PERTANYAAN

i. Data Umum Mahasiswa

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin :
 Pekerjaan :
 Status : Mahasiswa/calon mahasiswa

j. Butir-butir Pernyataan tentang Produk yang berupa Pelayanan Universitas Terbuka UPBJJ Bengkulu

No	Pernyataan	Jawaban			
		SK	K	B	SB
	REGISTRASI				
1	Ketersediaan informasi mengenai registrasi				
2	Ketersediaan fomulir registrasi				
3	Ketersediaan tanda Bukti Setor Bank				
4	Akurasi data registrasi pada bukti registrasi (nama,mata kuliah, tempat ujian)				
5	Kemudahan melakukan pembayaran biaya pendidikan melalui Bank BRI				
6	Kemudahan melakukan biaya pendidikan melalui bank BTN/BRI				
7	Bukti registrasi mata kuliah telah diterima mahasiswa setiap semester				
	UJIAN				
8	Ketersediaan informasi pelaksanaan ujian				
9	Ketersediaan kartu tanda peserta ujian				
10	Ketersediaan naskah ujian				
11	Kelengkapan naskah ujian				
12	Profesionalitas petugas ujian				
13	Ketertiban pelaksanaan ujian				
14	Kemudahan menjawab naskah ujian				
15	Keterbacaan naskah ujian				
16	Seluruh soal ujian berkaitan dengan bahan ajar				
17	Ketepatan pengumuman hasil ujian				
18	Kelengkapan nilai pada DNU sesuai dengan mata kuliah yang diikuti ujiannya				
19	Hasil ujian sangat memuaskan dengan usaha yang telah dilakukan				
	LAYANAN ADMINISTRASI AKADEMIK				
20	Katalog menjadi sumber informasi paling lengkap dan benar				
21	Informasi tambahan cukup waktu untuk disosialisasikan				
21	Pemrosesan alih kredit sesuai dengan prosedur dan waktu maksimal 1 bulan				
22	Kemudahan mengurus kesalahan data pribadi				

	mahasiswa				
23	Kemudahan mengurus kasus nilai ujian				
24	Kemudahan mengurus kasus kesalahan data di				
25	ijazah/transkrip nilai				
	FASILITAS TEKNOLOGI				
26	Informasi adanya website UT				
27	Kemudahan mengakses website UT				
28	Kemudahan mengakses informasi melalui website UT				
29	Kemudahan mengakses nilai melalui website UT				
30	Kemudahan membeli bahan ajar melalui website UT				
	PELAYANAN				
31	Keramahan pegawai dalam melayani				
32	Birokrasi yang mudah				
33	Tidak adanya pungutan biaya diluar ketentuan				
34	Kemudahan bertemu dengan staf atau pimpinan UT dalm mengurus administrasi akademik				
35	Kenyamanan dalam pelayanan				

3. Butir-butir pertanyaan Harga berkaitan dengan Biaya Kuliah di Universitas Terbuka

No	Pernyataan	Jawaban			
		SK	K	B	SB
36	Pembiayaan SPP mudah dijangkau (murah)				
37	Harga modul murah				
38	Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima				

4. Butir-butir Pernyataan Tempat Penyelenggaraan Pelayanan di Universitas Terbuka UPBJJ Bengkulu

No	Pernyataan	Jawaban			
		SK	K	B	SB
39	Kelayakan tempat tutorial				
40	Kelayakan tempat ujian				
41	Kelayakan tempat penyelenggaraan				
42	praktek/praktikum				
43	Jumlah ruang ujian dan ruang tutorial cukup				
44	Akses jalan menuju tempat tutorial mudah				
45	Kelayakan ukuran meja dan kursi tempat tutorial/ujian				
46	Ketersediaan toilet				
47	Ketersediaan ruang untuk ibadah di tempat tutorial/ujian				

5. Butir-butir Pernyataan Pemasaran Universitas Terbuka UPBJJ Bengkulu

No	Pernyataan	Jawaban			
		SK	K	B	SB
48	Bagaimana promosi UT di media massa				
49	Bagaimana promosi UT di media televisi				
50	Bagaimana promosi UT di Radio				
51	Bagaimana promosi UT lewat pengelola Pokjar				
52	Informasi Wisuda Mudah diperoleh				

Tuliskan hal-hal lain yang menurut Anda masih perlu diperbaiki: